

TAMPEREEN YLIOPISTO

Johtamiskorkeakoulu

**YRITYKSEN MAINE
VASTUULLISENA TOIMIJANA**

Case: Talvivaara

Vastuullinen liiketoiminta
Pro gradu -tutkielma
Ohjaajat: Johanna Kujala,
Hannele Mäkelä
Joulukuu 2016

Kaisa Lahdensivu

TIIVISTELMÄ

Tampereen yliopisto	Johtamiskorkeakoulu, vastuullinen liiketoiminta
Tekijä:	LAHDENSIVU, KAISA
Tutkielman nimi:	Yrityksen maine vastuullisena toimijana Case: Talvivaara
Pro gradu -tutkielma:	78 sivua, 6 liitesivua
Aika:	Joulukuu 2016
Avainsanat:	vastuullinen toimija, maine, mediatekstit, kehysanalyysi, kehykset

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on analysoida yrityksen mainetta vastuullisena toimijana yksittäisen tapauksen kohdalla. Tutkimuksessa pohditaan yrityksen vastuullisen toimijan mainetta ja sen rakentumista julkisessa keskustelussa analysoimalla mediatekstejä kehysanalyysin avulla.

Tutkimuksen tapausyritykseksi on valittu kaivosteollisuuden parissa toimiva Talvivaara-konserni, jonka kaivos sijaitsee Kainuun maakunnassa Sotkamossa. Konsernin emoyhtiö *Talvivaara Kaivososakeyhtiö Oyj* on kaivostoiminnan rahoituksesta vastaava pörssiyhtiö ja yhtiön varsinaista kaivostoimintaa operoi pörssiyhtiön tytäryhtiö *Talvivaara Sotkamo Oy*. Tutkimuksessa keskitytään Talvivaaran tapahtumien käsittelyyn *Talouselämä*-lehdessä aikavälillä 26.8.2005–15.11.2013. Laajasti uutisoitua Talvivaaraa pidetään merkittävänä tapauksena koko Suomen historiassa. Yhtiö sai osakseen paljon huomiota ja monenlaisia mediakirjoituksia.

Tutkimuksessa on haluttu selvittää, miten media vaikuttaa yrityksestä muodostuviin mielikuviin ja osallistuu näin yrityksen maineen rakentumiseen. Tutkimusongelmaan vastataan tarkastelemalla tapausta koskevaa uutisointia kehysanalyysin avulla. Tutkimus pyrkii selvittämään, miten valitusta tapauksesta puhutaan julkisessa keskustelussa, ja miten Talouselämän Talvivaara-uutisointia kehystetään.

Valitusta tutkimusaineistosta on löydetty neljä erilaista hallitsevaa tapaa kehystää keskustelua Talvivaaran toiminnasta: *investointi*, *luottamus*, *riski* ja *kiista*. Investoinnin kehyksessä korostui Talvivaaran merkittävät investoinnit Suomeen ja toiminnan taloudelliset vaikutukset yhteiskunnalle. Luottamuksen kehyksessä painottuivat vahva toivo yhtiön toimintaan ja usko Suomen kaivosteollisuuteen. Sen sijaan riskin kehyksessä huomio kiinnittyi erilaisiin uhkakuviin ja epäilyksiin kaivosyhtiön kannattavasta ja vastuullisesta liiketoiminnasta. Kiistan kehyksen keskiössä olivat politiikka ja ympäristö sekä eri toimijoiden väliset jännitteet ja ristiriidat.

Kehysten tunnistamisen jälkeen tutkimuksessa on pohdittu tietyn kehyksen omaksumisen vaikutuksia yrityksen maineeseen vastuullisena toimijana. Talvivaara saa tunnistettujen kehysten sisällä viisi erilaista mainetta, jotka ovat *taloudellisen hyvinvoinnin tuottaja*, *koko kansan Talvivaara*, *vastuuton riskien vähättelijä* sekä *poliittinen pelinappula* ja *ympäristön tuhoaja*.

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO.....	1
1.1 Tutkimuksen aiheenvalinnan taustaa	1
1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma	3
1.3 Tutkittavan tapauksen esittely	4
1.4 Kaivosteollisuus ja vastuullisuus	8
1.5 Tutkimuksen eteneminen	10
2 VASTUULLISUUS YRITYSTOIMINNASSA	15
2.1 Vastuullisen liiketoiminnan käsite	15
2.2 Vastuullisen liiketoiminnan eri osa-alueet	16
2.3 Kolme näkökulmaa vastuullisuuteen	21
3 MAINE YRITYSTOIMINNASSA	24
3.1 Maineen käsite	24
3.2 Maineen useat ulottuvuudet	25
3.3 Tutkielman alustava teoreettinen viitekehys	27
3.4 Omaisuus, tarina vai kansalaisuus?	27
3.4.1 Maine tarinana	27
3.4.2 Maine omaisuutena	28
3.4.3 Maine kansalaisuutena	30
3.5 Tutkielman täsmennetty teoreettinen viitekehys	31
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	33
4.1 Laadullinen tutkimus	33
4.2 Aineiston esittely	34
4.3 Median rooli ja mediatekstit tutkimuskohteena	36
4.4 Aineiston analyysi kehysanalyysin avulla	37
5 TALVIVAARA-KESKUSTELUN KEHYSTÄMINEN	42
5.1 Talvivaara-uutisointi ja kehukset	42
5.2 Investoinnin kehys	46
5.3 Luottamuksen kehys	48
5.4 Riskin kehys	50
5.5 Kiistan kehys	53
5.6 Pekka Perän rooli kehyksissä	55
5.7 Mitä jäi kehysten ulkopuolelle?	56

6 KEHYSTEN VAIKUTUS TALVIVAARAN MAINEESEEN	58
6.1 Viisi tulkintaa Talvivaarasta vastuullisena toimijana	58
6.2 Taloudellisen hyvinvoinnin tuottaja	60
6.3 Koko kansan Talvivaara	61
6.4 Vastuuton riskien vähättelijä	62
6.5 Poliittinen pelinappula ja ympäristön tuhoaja	63
7 YHTEENVETO JA LOPPUSANAT	65
7.1 Yhteenveto	65
7.2 Tutkimuksen arviointia	67
7.3 Jatkotutkimus ja loppusanat	70
LÄHDELUETTELO	72
LIITTEET	79

KUVIOT JA TAULUKOT

Kuvio 1 Aikajana Talvivaaran tapahtumista

Kuvio 2 Tutkimuksen kulku pääluvuittain

Kuvio 3 Yrityksen yhteiskuntavastuun rakenne (TT, 2001)

Kuvio 4 Yrityksen yhteiskuntavastuun pyramidimalli (Carroll, 2016)

Kuvio 5 Mainepyörän kuusi ulottuvuutta (Aula & Heinonen, 2002, 100)

Kuvio 6 Tutkielman alustava teoreettinen viitekehys

Kuvio 7 Esimerkki maineen arvoketjusta (Fombrun & van Riel, 2004)

Kuvio 8 Tutkielman täsmennetty teoreettinen viitekehys

Kuvio 9 Tulkintojen yhteenveto

Taulukko 1 Aineiston lajittelu

Taulukko 2 Aineistosta nimetyt kehykset

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen aiheenvalinnan taustaa

Globalisaation vaateet ja vaikutukset, kulutuksen ja tuotannon nopeus, sidosryhmien pirstaloituminen, toimialarajojen hämärtyminen sekä voimakkaasti vaihtelevat markkinat ovat luoneet yritysmaailmaan uudenlaisen tilanteen, johon yritysten on sopeuduttava. Yritysten liiketoimintaympäristö on muuttunut merkittävästi, ja yritysten on arvioitava uudelleen aiemmin toimineet menestyksen tekijät. (Aula & Heinonen, 2002, 16.)

2000-luvun alusta lähtien mainetta on alettu ymmärtää yhä enemmän yrityksen tärkeänä voimavarana ja kilpailuetuna. Mainetta on tutkittu usein taloudellisen menestyksen näkökulmasta, ja monet tutkijat ovat osoittaneet maineella olevan positiivinen vaikutus yrityksen kilpailukykyyn (Davies, 2003; Fombrun & van Riel, 2004; Rindova, Petkova & Kotha, 2007). Useat tutkimukset keskittyvät hyvän maineen vaikutuksiin ja hyötyihin (Cornelissen & Thorpe, 2002; Berens & van Riel, 2004; Pfarrer, Pollock & Rindova, 2010). Tiedämme siis, että maine on yritykselle ja sen menestymiselle tärkeä tekijä. Sen sijaan tutkimuksia siitä, miten yritykselle rakentuu tietynlainen maine tai mitkä tekijät tietyn maineen rakentumiseen vaikuttavat, on tarjolla rajallisemmin.

Yritysten yhteiskuntavastuusta on keskusteltu jo vuosikymmenien ajan, ja yhä useampi yritys vannoo vastuullisen liiketoiminnan nimeen. Julkinen painostus, aktiiviset yleisöt, eettiset sijoittajat ja sijoitusrahastot, tietoiset ja vaativat työntekijät, kuluttajien aktivismi ja erilaiset valtiolliset ja ylivaltiolliset säännökset ovat joukko syitä, jotka ovat osaltaan vaikuttaneet yhteiskuntavastuullisen toiminnan suosioon (Aula & Heinonen, 2002, 131). Yritysvastuuseen panostamista on perusteltu myös yritysten maineen hallinnalla, julkisuuskuvan kohentamisella ja maineen parantamisella (Karvonen, 2001, 51). Vastuullisen liiketoiminnan ja maineen yhteyttä on tutkittu useiden tutkijoiden toimesta. Fombrun ja Shanley (1990) vahvistavat tutkimuksellaan, että yhteiskuntavastuu vaikuttaa yrityksen maineeseen. Samaan tulokseen ovat tulleet Griffin (2000), Mahon (2002) sekä Mahon ja Watrik (2003), jotka toteavat, että yhteiskuntavastuullisen toiminnan avulla voidaan hallita yrityksen mainetta.

Yhteiskunta on muuttunut myös huomattavalla tavalla maatalousyhteiskunnasta teolliseen yhteiskuntaan ja tietoyhteiskunnasta kohti nykyistä yhteiskuntaa, josta voidaan puhua mielikuvayhteiskuntana. Mielikuvayhteiskunnassa organisaation maine rakentuu sidosryhmien omakohtaisista kokemuksista ja mielikuvista (Aula & Heinonen, 2002, 23). Medialla on merkittävä rooli mielikuvayhteiskunnassa eräänlaisena informaation lähteenä ja välittäjänä. Medialla nähdään olevan vahva kyky vaikuttaa vallalla oleviin tietoihin, mielikuviin ja näkemyksiin. Media tarjoaa julkisen keskusteluareenan ja pyrkii sen avulla vaikuttamaan yleisön mielikuviin käsiteltävistä asioista. (Wiio, 2006, 13.) Tässä tutkimuksessa medialla on keskeinen rooli, sillä empiirinen aineisto koostuu uutisaineistoista eli mediateksteistä.

Tutkimusta tietyn maineen muodostumisesta ja siihen vaikuttavista tekijöistä on siis tarjolla rajallisemmin. Tutkimuksessani pureudun tähän ongelmaan tutkimalla, millaisia mielikuvia media loi Talvivaaran toiminnasta. Lähestyn tutkimusta vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta ja tarkoitukseni on tutkia Talvivaaralle muodostunutta mainetta vastuullisena toimijana. Talvivaaraa on tutkittu usein yhtiön oman tiedottamisen näkökulmasta kuten esimerkiksi muutamassa pro gradu -tutkielmassa, joissa aiheina ovat olleet yhtiön pörssitiedotteiden kielellinen asennoituminen (Kilpiä, 2013) ja yhtiön tiedottaminen kriisitilanteessa (Koponen, 2014). Yksi tutkimus nosti esiin Talvivaaran toiminnan vaikutukset Vuokatin matkailualaan (Kemppainen, 2013). Varsinaista mainetutkimusta Talvivaarasta ei ole tehty, joten koen, että tällaiselle tutkimukselle on tarvetta. On mielenkiintoista pohtia, miten Talvivaaran teot ja toiminta vaikuttivat yhtiöstä muodostuviin mielikuviin.

Talvivaara on kiinnostava case-yritys, sillä se koskettaa koko Suomea ja sen kansalaisia. Talvivaaraa pidetään Suomen historian kautta aikojen pahimman ympäristökatastrofin aiheuttajana. Sen lisäksi suomalaiset kotitaloudet omistavat 60 % Talvivaaran osakekannasta ja edelleen on epävarmaa, mitä heidän sijoituksilleen tulee tapahtumaan. Talvivaara on ollut paljon esillä erilaisissa tiedotusvälineissä, eikä kukaan ole voinut välttyä Talvivaaraa koskevalta uutisoinnilta. Näistä syistä valtavaa mediahuomiota saanutta Talvivaaraa on erityisen mielenkiintoista tutkia. Tänä päivänä medialla on suuri rooli tiedon välittäjänä. Yritysten vastuullisuus on paljon puhuttu ajankohtainen aihe, joka tulee nykyään esiin useissa yhteyksissä. Tätäkin tutkimusta lähdetään tutkimaan nimenomaan vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma

Tutkimuksen tarkoituksena on analysoida yrityksen mainetta ja sen rakentumista julkisessa keskustelussa kehysanalyysin avulla painottaen vastuullisen liiketoiminnan näkökulmaa. Yrityksen mainetta vastuullisena toimijana tutkitaan yksittäisen tapauksen avulla tarkastelemalla Talvivaara-konsernia ja yhtiötä koskevaa uutisointia Talouselämä-lehdessä. Tutkimus pyrkii selvittämään, miten Talouselämä-lehden Talvivaara-uutisointia kehystetään ja arvioimaan erilaisten kehysten vaikutuksia yrityksen maineeseen vastuullisena toimijana. Tutkimuksen tarkoitus on vastata seuraaviin kysymyksiin:

1. *Miten vastuullinen liiketoiminta ja maine linkittyvät toisiinsa?*
2. *Miten Talvivaaraa ja sen toimintaa kehystetään julkisessa keskustelussa?*
3. *Miten tietyn kehyksen omaksuminen vaikuttaa yrityksestä muodostuvaan mielikuvaan vastuullisena toimijana?*

Lähden tutkimaan valitsemaani tutkimusongelmaa vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta. Vastuullisella liiketoiminnalla on nähty olevan yhteys yrityksen maineeseen, ja tätä yhteyttä tarkastelen myös itse tutkimuksessani. Vastuullisen liiketoiminnan lisäksi maineeseen vaikuttavat myös muut tekijät ja ulottuvuudet, mutta rajaan ne pois tutkimuksestani, jotta voin luoda syvällisemmän ymmärryksen vastuullisen liiketoiminnan ja maineen väliselle yhteydelle.

Tämä tutkimus nojaa vahvasti siihen olettamukseen, että Talvivaaraa koskevaa uutisointia voidaan tehdä ja kehystää eri tavoin, ja nämä valitut tavat vaikuttavat lukijoiden asenteisiin ja mielikuviin Talvivaarasta ja sen toiminnasta. Tämän yksittäisen tutkimuksen perusteella ei kuitenkaan voida ajatella, että tietyt kehystämisen tavat vaikuttavat kaikkiin yksilöihin samalla tavalla. Yksittäinen ihminen voi tulkita uutisointia aivan eri tavalla kuin toinen henkilö. Toinen tärkeä oletamus onkin se, että tutkimus pyrkii tekemään arvioita ja ennusteita Talouselämä-lehden käyttämien kehystämisen tapojen yleisistä mahdollisista vaikutuksista Talvivaaran maineelle vastuullisena toimijana.

1.3 Tutkittavan tapauksen esittely

Talvivaara-konserni on kaivosteollisuuden parissa toimiva yhtiö, jonka kaivos sijaitsee Kainuun maakunnassa Sotkamossa. Talvivaara-konsernin emoyhtiö *Talvivaara Kaivososakeyhtiö Oy* on kaivostoiminnan rahoituksesta vastaava pörssiyhtiö. Yhtiön varsinaista kaivostoimintaa operoi pörssiyhtiön tytäryhtiö *Talvivaara Sotkamo Oy*. Vuonna 2003 yhtiön toiminta alkoi lupaavasti ja korkein odotuksin, mutta loppuvuonna 2013 sekä emoyhtiö että tytäryhtiö hakeutuivat useiden ongelmien jälkeen yrityssaneerausmenettelyyn. Myöhemmin tässä tutkimuksessa case-yrityksestä käytetään ainoastaan nimeä Talvivaara, jolla viitataan koko yhtiöön eli sekä Talvivaara Kaivososakeyhtiöön että Talvivaara Sotkamoon.

Vuonna 2004 Outokumpu Oy myi hallussaan olevat Kuusilammen ja Kolmisopin kaivosoikeudet entiselle työntekijälleen Pekka Perälle, joka oli jo vuotta aiemmin perustanut Talvivaara-yhtiön. Perä toimi usean vuoden ajan yhtiön toimitusjohtajana. Koko toimintansa ajan Talvivaara toimi perusmetallien tuottajana, joka keskittyi ensisijaisesti nikkelin ja sinkin tuotantoon. Yhtiön tuotanto toteutettiin biokasaliuotuksena tunnetun menetelmän avulla. Bioliuotus on kaivosteollisuuden parissa käytetty prosessi, jossa bakteerien avulla metallit liuotetaan malmista. Prosessin lopputuotteet sinkki, nikkeli, koboltti ja kupari toimitetaan edelleen yhtiön asiakkaille jalostettaviksi. Ennen Outokummun ja Talvivaaran yrityskaupan tekoa Outokumpu oli suorittanut erilaisia kokeita ja tutkimuksia koskien bioliuotusmenetelmää. Outokumpu luovutti kaupan yhteydessä Talvivaaralle oikeuden käyttää näitä tutkimus- ja koetuloksia. Talvivaara hyödynsi Outokummun tutkimustuloksia ja jatkoi menetelmän kehittämistä. Yhtiö uskoi koko ajan, että bioliuotus on taloudellisesti kannattava menetelmä. Vuodet 2005 ja 2006 Talvivaara testasi menetelmää erilaisin keinoin ja lopulta totesi sen toimivaksi ja kannattavaksi. (Talvivaara, 2007.)

Vuonna 2004 alkoi kaivoksen ympäristövaikutusten arviointi. Talvivaara anoi ympäristölupaa maaliskuussa 2006. Vuotta myöhemmin Pohjois-Suomen ympäristölupavirasto myönsi luvan yhtiölle. Lupa piti sisällään tarkat ehdot ja niiden täyttäminen vaati tiukkaa ja jatkuvaa ympäristön tarkkailua. Samana vuonna Talvivaara listautui Lontoon pörssiin. (Talvivaara, 2007.) Vuonna 2008 lokakuussa kaivos aloitti virallisen toimin-

tansa, ja nikkelin ja sinkin tuotanto käynnistettiin. Helmikuussa 2009 Talvivaara toimitti ensimmäisen nikkeliä sisältävän tuotantoerän Norilsk Nickelin jalostamoon Harjavaltaan. Vain puoli vuotta myöhemmin Talvivaaran Kaivososakeyhtiö Oyj listattiin Helsingin pörssiin. Vuonna 2007 alkanut Talvivaaran radan rakennus valmistui ja avautui liikenteelle vuonna 2009. Rakentamisen kustannusarvio oli kaikkine töineen noin 50 miljoonaa euroa, joten kyseessä oli radan rakennuttajan VR Trackin historian suurin yksittäinen urakka. (Talvivaara, 2009.)

Vuonna 2010 Talvivaara oli mediassa esillä huomattavan paljon. Ensin yhtiö ilmoitti merkittävästä mineraalivarantojen lisäyksestä, jonka johdosta yhtiö pohti julkisesti mahdollisuutta lisätä nikkelin tuotantoa. Toinen merkittävä ilmoitus liittyi uraanin talteenottoon liittyviin suunnitelmiin. Talvivaara ennusti, että uraanin vuosituotanto voisi olla niin korkealla tasolla, että se tekisi Suomesta lähes omavaraisen uraanin osalta. (Talvivaara, 2010.) Näiden lisäksi Talvivaara nousi otsikoihin alueen haju- ja pölyhaitoista ja lähellä sijaitsevien järvien korkeista nikkeli-, sulfaatti- ja mangaanipitoisuuksista. Maaliskuussa tapahtui myös yhtiön kipsisakka-altaan vuoto, joka oli vuotanut ensimmäisen kerran jo vuonna 2008.

Vuosi 2011 oli Talvivaaralle vaikea ja yhtiön ongelmat jatkuivat, mutta seuraavana vuonna yhtiön toiminta vaikeutui entisestään. Talvivaaraa tutkineet Tiainen, Sairinen ja Mononen (2014, 29–40) ovat sitä mieltä, että vuonna 2012 Talvivaarasta kehittyi valtakunnallinen konflikti. Maaliskuussa 2012 Talvivaaran työntekijä menehtyi rikkivetymyrkytykseen hengitettynään rikkivetypitoista ilmaa tehdasalueen ulkopuolella. Kuu-kautta myöhemmin kaivoksen prosessiliuotusaltaasta löytyi kuolleita lintuja, joiden kuolinsyyksi paljastui vedestä ja ilmasta kulkeutuneet nikkeli, sinkki ja mangaani. Marraskuussa Talvivaaran kipsisakka-altaassa havaittiin massiivinen vuoto, joka sai mediassa merkittävän paljon huomiota. (Tiainen ym., 2014, 42–45.)

Vuosi 2013 oli Talvivaaralle melko synkkä. Nikkelin hinta oli alhainen koko vuoden, mikä vaikutti Talvivaaran toimintaan. Sen lisäksi Talvivaara ajautui ongelmiin käyttämänsä biokasaliuotusmenetelmän vuoksi, sillä yhtiö ei ollut varautunut riittävällä tavalla runsaasiin vesisateisiin. Ylimääräinen vesi heikensi merkittäväällä tavalla bioliuotusprosessin toimintaa. Yhtiön ongelmat heijastuivat myös henkilöstöön. Henkilöstöä lomautettiin muutamaa otteeseen tuotannon vaihteluiden mukaan. Vuoden 2013 aikana

yhtiössä järjestettiin lomautuksien lisäksi peräti kolmet yhteistoimintaneuvottelut. Yhtiön taloudellinen tilanne heikentyi merkittävästi. Talvivaara kärsi pahoista rahoitusongelmista ja ajautui lopulta yrityssaneerausmenettelyyn marraskuussa 2013. Yrityssaneerausmenettely koski sekä pörssiyhtiötä että tytäryhtiötä. (Talvivaara, 2013.)

Talvivaaran taival kuvataan kuviossa 1. Kuviossa esitellään vuodet 2004–2013 aikajanassa, josta käy ilmi yhtiön tärkeimmät tapahtumat. Vuodet 2004 ja 2013 voidaan nähdä Talvivaaran toiminnan kannalta keskeisiksi, sillä vuonna 2004 yhtiön toiminta käynnistyi, kun se sai oikeuden aloittaa louhintatyöt Talvivaaran alueella. Vuonna 2013 yhtiö joutui useiden ongelmien vuoksi hakeutumaan yrityssaneerausmenettelyyn.

Yhtiö saa oikeuden louhia Talvivaaran alueella	Yhtiölle myönnetään ympäristölupa	Ensimmäinen kipsisakka-altaan vuoto	Yhtiön toiminta käynnistyy	Kaivokselta lähtee ensimmäinen tuotantoerä nikkeliä	Kipsisakka-allas vuotaa jälleen
2004	2007	08/2008	10/2008	02/2009	03/2010
Lähivesien käyttöä rajoitetaan korkean magneettipitoisuuden vuoksi	Talvivaarasta tehdään useita tutkintapyyntöjä poliisille	Yhtiön jätevedet vahingoittaneet lähijärviä	Harri Natunen yhtiön toimitusjohtajaksi	Talvivaaran työntekijä kuolee rikkivety-myrkytykseen	Kuolleita lintuja löydetään yhtiön prosessialtaasta
05/2011	08/2011	12/2011	02/2012	03/2012	04/2012
Kipsisakka-altaan massiivinen vuoto	Pekka Perä palaa yhtiön toimitusjohtajaksi	Kipsisakka-allas vuotaa jälleen	Esitutkinta kaivoksen ympäristöongelmista valmistuu	Yhtiö hakeutuu yrityssaneeraukseen	
11/2012	11/2012	04/2013	10/2013	11/2013	

Kuvio 1 Aikajana Talvivaaran tapahtumista

1.4 Kaivosteollisuus ja vastuullisuus

Tutkimuksen case-yritys Talvivaara harjoittaa liiketoimintaansa kaivosalalla, ja siksi kaivosteollisuus on tärkeässä osassa tätä tutkimusta. Kaivosteollisuutta ja sen tapahtumia on tarpeen tarkastella, jotta saadaan mielikuva siitä, miten erilaiset toimenpiteet ovat vaikuttaneet kaivosalaan ja osaltaan muokanneet sitä. Lisäksi pohditaan, mitä kaivosteollisuuden parissa toimivilta yrityksiltä odotetaan, jotta ne saavuttavat sosiaalisen hyväksynnän yhteiskunnassa.

Suomessa on ollut useita satoja kaivoksia jo vuodesta 1530 lähtien. Suomalainen kaivosteollisuus polkaisi kuitenkin kunnolla käyntiin vasta 1900-luvulla, jolloin Outokummun suuri malmiesiintymä löydettiin. Outokummun kuparikaivoksen toiminta päättyi vuonna 1989, ja epäily siitä, ettei Suomessa ole mahdollista harjoittaa taloudellisesti kannattavaa ja merkittävää kaivostoimintaa kasvoi entisestään. 1990-luvulla kansallinen valtio-omisteinen kaivosteollisuus ajettiin alas. (Lindborg, 1996, 36–37.)

Huomattava muutos tapahtui 2000-luvulla, jolloin kaivostoiminta ja malminetsintä kasvoivat Suomessa merkittävästi. Syynä kaivostoiminnan selkeään piristymiseen pidetään Kiinan talouskasvun aiheuttamaa maailmanlaajuisia kaivosbuumia. Kaivosbuumi houkutteli monia ulkomaisia yhtiöitä Suomeen. Vuosina 2006–2008 uraanin etsintä aiheutti valtavasti vastarintaa. Samoihin aikoihin keskustelua herättivät EU:n mineraalisten raaka-aineiden vahva tuontiriippuvuus. Lisäksi huomattiin, että oman alueen kaivostoiminnalta puuttui yleinen hyväksyttävyys. Pohjoismaat ja erityisesti Suomi ja Ruotsi nähtiin EU:n kaivosteollisuuden suurena mahdollisuutena. Suomi päättikin alkaa taas panostaa kaivostoimintaan rahoittamalla alan koulutusta. Uusia kaivostoiminnan mahdollisuuksia avautui erityisesti Itä- ja Pohjois-Suomeen, jossa kaivosala lisäsi työllisyyttä ja taloudellista toimintaa. (Eerola, 2014, 87.)

Ilmastokeskustelut ja muut ympäristöongelmat hallitsivat kaivosteollisuutta vuosina 2009–2010. Talvivaaran toistuvat ongelmat vauhdittivat jo ennestään vilkasta ympäristöongelmiin liittyvää keskustelua. Talvivaaran ongelmista kärsi itse yritys, mutta sen lisäksi koko kaivosteollisuuden maine heikkeni ja kriittisyys kaivostoimintaa kohtaan kasvoi. Kaivostoiminnan aiheuttamat ympäristömuutokset eivät kuitenkaan olleet uusi

huolenaihe, sillä jo Outokummun toiminnan aikaan 1900-luvun alkupuolella keskustelu kävi kiivaana kaivoksien haitallisista vaikutuksista vesistöihin ja ilmaan. Vesiongelmien varjostivat Outokummun toimintaa erityisesti 1940- ja 1950-luvuilla, kun yhtiön toiminnan myötä lähivesistöt muuttuivat jätealtaiksi ja pohjavesiä pilaantui. (Björn, Immonen & Pennanen, 2000, 43.)

Vuonna 2010 Suomen työ- ja elinkeinoministeriö (TEM) laativat mineraalistrategian, ja Euroopan komissio teki töitä alan hyväksyttävyyden eteen julkaisemalla erilaisia toimenpiteitä. Suomen hallitus oli vahvasti mukana edistämässä kestävästä kaivostoimintaa. Kaivosklusterin kehittäminen kirjattiin hallitusohjelmaan, ja alaan liittyville tutkimushankkeille oli kysyntää. Vuonna 2012 hallitus määräsi varoja 30 miljoonan edestä kaivostoiminnan ja teknologian tutkimiseen ja kehittämiseen. (Eerola, 2014, 87.) Syksyllä 2012 Talvivaara joutui jälleen kohun keskelle, kun yhtiön kipsisakka-altaassa tapahtui massiivinen vuoto. Hallitus kokoontui ja koitti löytää keinoja kaivostoiminnan kestävästä kehityksen edistämiseen. Vuonna 2013 julkaistiin Suomi kestävästä kaivannaisteollisuuden edelläkävijäksi-niminen toimintaohjelma. Talvivaaran ympäristövahinko loi harmitavan huonon kuvan kaivostoiminnasta ja sen onnistumisen mahdollisuuksista.

Vahva syklisyys on kaivosteollisuudelle hyvin tyypillistä. Kuten jo aiemmin todettiin, 1990-luvulla vallitsi usko siihen, ettei Suomessa ole kannattavaa harjoittaa liiketoimintaa kaivosalalla. Kuitenkin 2000-luvulla kaivostoiminta kasvoi Suomessa selkeästi. Merkittävin nousu tapahtui vuosina 2009–2013. Sen jälkeen globaalin talouskasvun hidastumisen ja raaka-aineiden hintojen laskun myötä kaivosala on kääntynyt laskuun. (TEM, 2014.) Myös Talvivaaran tilanne heikkeni entisestään ja useiden ongelmien myötä yhtiö hakeutui lopulta yrityssaneeraukseen vuoden 2013 loppupuolella.

Kaivostoiminta on jatkuvasti kasvava ala, ja sen merkitys Suomelle on suuri. Viime vuosina kaivosteollisuus on ollut niitä harvoja investoivia aloja Suomessa. Suomi näkee kaivosteollisuuden erittäin tärkeänä ja tavoittelee kestävästä kaivannaisteollisuuden edelläkävijäksi (TEM, 2013). Tämä ei ole kuitenkaan aivan helppoa, sillä kaivosteollisuuteen liittyy paljon riskejä. Riskien lisäksi kaivostoiminnalla on mittavia vaikutuksia ympäröivään yhteiskuntaan. Näistä riskeistä ja vaikutuksista ovat monet eri tahot huolissaan. (Eerola, 2014, 85.) Jotta kaivosteollisuus saavuttaa yhteiskunnan sosiaalisen hyväksynnän, tulee sen ennen kaikkea noudattaa tiukasti lainsäädäntöä. Yhtä tärkeää on,

että kaivosalalla toimivat yritykset ottavat toiminnassaan huomioon sidosryhmät ja kunnioittavat ympäristöä. Vastuullinen liiketoiminta on edellytys yhteiskunnan sosiaaliselle hyväksynnälle.

1.5 Tutkimuksen eteneminen

Tutkimuksen tekeminen on prosessi, joka ei välttämättä etene suoraviivaisesti vaihe vaiheelta, vaan tutkija palaa ja hyppii eri vaiheiden välillä tarkastaakseen eri osioiden sujuvuuden ja soveltuvuuden kyseiseen tutkimukseen. (Eriksson & Koistinen, 2014, 22.) Oma tutkimusprosessini alkoi noin vuosi sitten, kun kiinnostuin ideasta lähteä tutkimaan Talvivaaran tapahtumia. Olin kiinnostunut erityisesti siitä, miten Talvivaarasta puhuttiin julkisessa keskustelussa ja miten media rakensi Talvivaaran mainetta.

Aluksi selvitin karkeasti, kuinka paljon Talvivaaraa koskevaa uutisointia on ollut eri lehdissä ja medioissa. Lisäksi kävin läpi Talvivaaran omat tiedotteet ja julkaisut ja niiden määrät. Tässä kohtaa tein alustavaa selvitystä aineiston laajuudesta, joka osoittautui todella suureksi. Aineistoa oli pakko rajata. Päätin valita Talouselämä-lehden julkaisut alustavaksi aineistoksi ja jättää Talvivaaran omat julkaisut kokonaan tutkimukseni ulkopuolelle. Tämän jälkeen muodostin Talvivaaran tärkeimmistä tapahtumista aikajanan, jotta hahmottaisin, mitä on tapahtunut milloinkin. Tähän asti olin ajatellut valita yhden tärkeän tapahtuman tarkasteltavaksi ajankohdaksi, mutta tutkittuani Talvivaara syvällisemmin, huomasin kiinnostukseni kohdistuvan laajasti yhtiön koko toimintaan. Päätin valita tarkasteltavaksi ajanjaksoksi Talvivaaran koko taipaleen aina yhtiön perustamisesta yrityssaneerausmenettelyyn saakka. Laaja aineisto mahdollistaisi kokonaisvaltaisen tarkastelun siitä, millainen maine Talvivaaralle rakentui koko sen toiminnan ajalta. Tällä tavalla myös maineen kehitys useamman vuoden ajalta olisi hahmoteltavissa.

Seuraavassa vaiheessa jätin aineiston sivuun ja aloin pohtia teoriaosuutta. Pikku hiljaa käsitteet vastuullinen liiketoiminta ja maine alkoivat hahmottua teoriaosuuden kantaviksi käsitteiksi. Perehdyin kirjallisuuteen sekä aiempiin tutkimuksiin näiden aihealuiden tiimoilta ja muodostin suhdetta vastuullisen liiketoiminnan ja maineen välille. Teoriaosuudesta tuli mielestäni selkeä kokonaisuus, jonka pohjalta loin ensin alustavan teoreettisen viitekehyksen, jota täydensin myöhemmin. Täsmennetyt

teoreettisen viitekehyksen taustalla oli ajatus siitä, että vastuulliset teot vaikuttavat yrityksen julkisuuskuvaan, jota media ja mediatekstit muokkaavat. Julkinen kuva vaikuttaa lopulta yrityksen maineeseen vastuullisena toimijana.

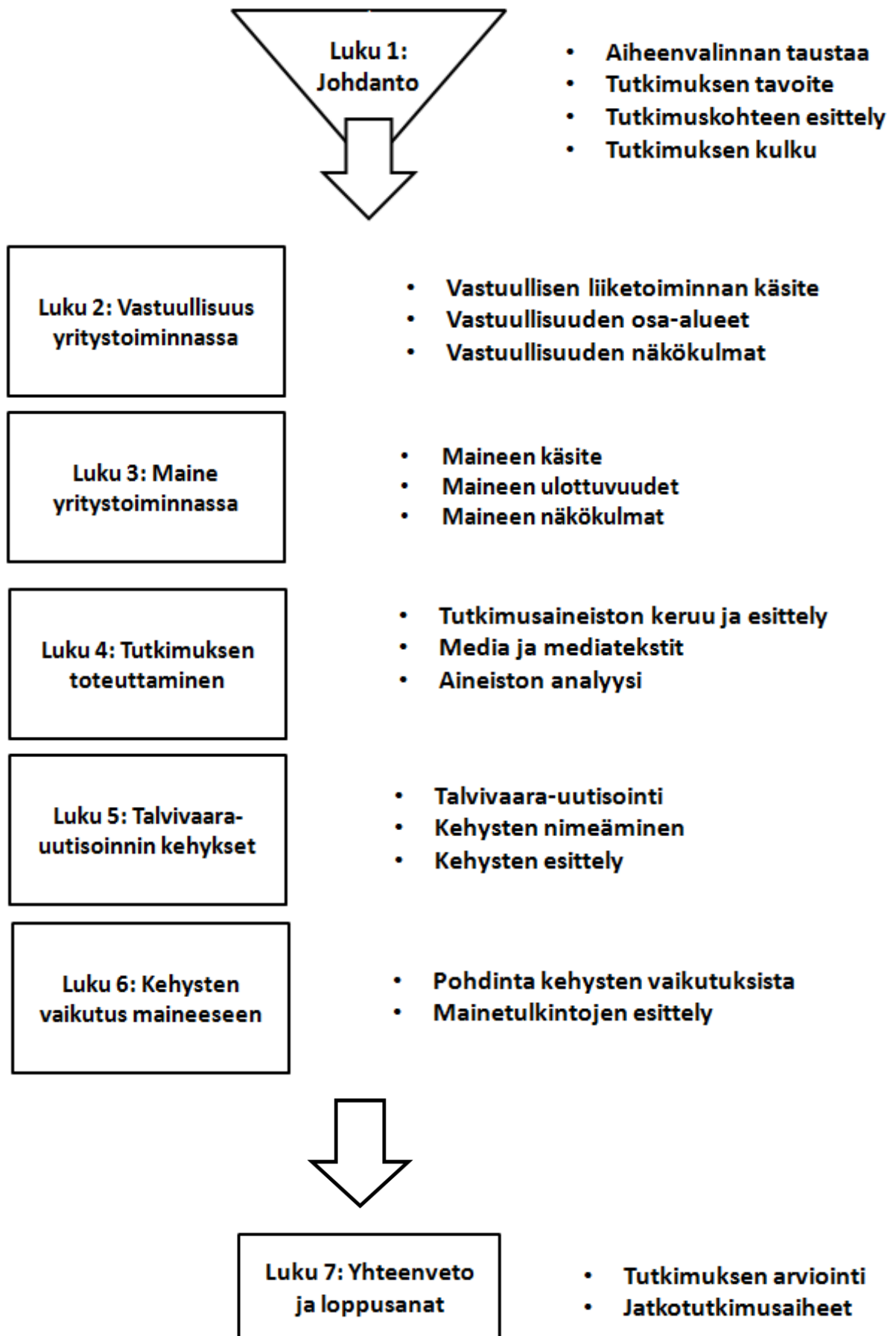
Teoriaosuuden valmistuttua tulostin Talouselämä-lehden sähköisestä uutisarkistosta kaikki uutistekstit koskien Talvivaaraa tekemällä haun sanalla Talvivaara ja rajaamalla ajanjaksoksi jo aiemmin päättämäni aikavälin 26.8.2005–15.11.2013. Kaiken kaikkiaan uutisartikkeleja löytyi 272 kappaletta, joista lopulliseen aineistoon valikoitui 204 artikkelia. Aineiston analyysimenetelmäksi valitsin kehysanalyysin. Kehysanalyysi on paljon käytetty metodi mediatutkimuksessa. Se korostaa median roolia mielikuvien luojana ja todellisuuden rakentajana, joka kuvasi hyvin yhtä tutkimukseni lähtöolettamusta siitä, kuinka media osallistuu erilaisten mielikuvien luomisen kautta Talvivaaran maineen rakentamiseen. Loin aineistonanalyysia varten taulukon, joka sisälsi erilaisia kehystämisen tapoja ja keinoja, joiden avulla tutkitaan sitä, miten Talvivaara-uutisointia kehystetään ja merkityksellistetään.

Ensin luin kaikki uutisartikkelit läpi ilman johdonmukaista analyysia läsnäpitäen tutkimukseni vastuullisen liiketoiminnan näkökulman. Ensimmäinen lukukerta herätti minussa ajatuksia ja kirjasin jokaiseen artikkeliin sanoja ja aiheita, jotka mielestäni korostuivat tekstissä. Tämän jälkeen kävin artikkelit läpi uudelleen ja jaottelin niitä sanojen ja aiheiden mukaan, joita olin kirjannut ensimmäisellä lukukerralla. Sanojen ja aiheiden lisäksi lisäsin teksteihin plus- ja miinusmerkkejä kuvaamaan sitä, puhuttiinko Talvivaarasta yleisesti positiiviseen vai negatiiviseen sävyyn. Toisen lukukerran jälkeen aineistosta alkoi hahmottua tiettyjä aiheita, joita teksteissä korostettiin. Tein alustavaa hahmotelmaa näistä havainnoista aineistonanalyysia varten luomaani taulukkoon. Näiden havaintojen pohjalta luin artikkelit vielä kolmannen kerran läpi todetakseni havaintoni oikeiksi sekä varmistaakseni, ettei mitään ollut jäänyt huomioimatta. Kolmannen lukukerran aikana täydensin taulukkoa kahdeksan ulottuvuuden osalta, jotka taulukko sisälsi. Näin minulle muodostui neljä keskustelua hallitsevaa kehystä: *investoinnin, luottamuksen, riskin ja kiistan* kehykset.

Kehysten muodostamisen jälkeen aloin pohtia, millaisen mielikuvan kukin kehys loi Talvivaaran toiminnasta. Jokaisessa kehyksessä oli oma tarinansa ja tarinat loivat tiettyjä mielikuvia Talvivaarasta ja muovasivat siten Talvivaaran julkisuuskuvaa eli yhtiön

mainetta julkisuudessa. Pohdinnassa painotettiin vastuullisen liiketoiminnan näkökulmaa eli arvioitiin tietyn kehyksen omaksumisen vaikutuksia Talvivaaran maineeseen nimenomaan vastuullisena toimijana. Pohdinnan tuloksena muodostettiin viisi erilaista tulkintaa Talvivaaralle muodostuneesta maineesta. Nämä viisi tulkintaa nimettiin seuraavasti: *taloudellisen hyvinvoinnin tuottaja, koko kansan Talvivaara, vastuuton riskien vähättelijä sekä poliittinen pelinappula ja ympäristön tuhoaja*.

Lopuksi tarkistin, että tutkimuksen kaikki eri osat tukevat toisiaan ja muodostavat selkeän kokonaisuuden. Tein yhteenvedon tutkimuksen tuloksista ja pohdin tutkimuksen luotettavuutta ja mahdollisia jatkotutkimusaiheita. Kokonaisuudessaan tutkimusraporttini rakentuu seitsemän pääluvun alle (kuvio 2).



Kuvio 2 Tutkimuksen kulku pääluvuittain

Tutkimuksen ensimmäisessä luvussa avataan tutkimuksen taustoja ja esitellään tavoitteet sekä tutkimuskohteena oleva case-yritys. Näiden lisäksi luvussa pohditaan kaivosteollisuutta ja sen vastuullisuutta. Kaivosteollisuus on olennainen osa tutkimusta, sillä case-yritykseksi valittu Talvivaara toimii kyseisellä alalla. Luvun lopuksi esitellään tutkimuksen rakennetta ja kulkua.

Tutkimuksen toisessa ja kolmannessa luvussa muodostetaan tutkimuksen teoreettinen viitekehys. Toisessa luvussa tarkastellaan yritystoiminnan vastuullisuutta vastuullisen liiketoiminnan käsitteen määrittelyn avulla. Käsitteen määrittelyn lisäksi perehdytään vastuullisuuden eri osa-alueisiin ja kolmeen erilaiseen yhteiskuntavastuun näkökulmaan. Kolmannessa luvussa analysoidaan yrityksen maineen käsitettä ja maineen eri ulottuvuuksia. Lisäksi tuodaan esille kolme erilaista näkemystä tarkastella mainetta.

Luvussa neljä kuvataan tutkimuksen toteutus ja metodologiset valinnat. Luvussa kerrotaan tutkimusstrategian valinnasta ja esitellään sekä aineisto että aineiston keruu- ja analysointimenetelmät. Luvussa tarkastellaan myös median roolia ja mediatekstejä tässä tutkimuksessa. Viides ja kuudes luku sisältävät tutkimuksen empiirisen osion. Viidennessä luvussa esitellään valitun tapauksen mediauutisointia ja nimetään aineistosta esiin nostetut kehykset. Kuudennessa luvussa pohditaan, millaisia seurauksia eri kehyksien omaksumisesta voi syntyä Talvivaaran maineelle vastuullisena toimijana. Seitsemännessä luvussa esitetään tutkimuksen yhteenveto, otetaan kantaa tutkimuksen luotettavuuteen sekä pohditaan mahdollisia jatkotutkimusaiheita. Tutkimuksen lopussa ovat lähteet ja liitteet.

2 VASTUULLISUUS YRITYSTOIMINNASSA

2.1 Vastuullisen liiketoiminnan käsite

Vastuulliselle liiketoiminnalle ei ole yhtä ainoata määritelmää, vaan sille on esitetty useampia ja monenlaisia määritelmiä ja sisältöjä. Jotkut tutkijat (esim. Jackson & Hawker, 2001) ovat jopa sitä mieltä, että vastuullisuuden kenttä on niin hajanainen, ettei vastuulliselle liiketoiminnalle ole olemassa määritelmää ollenkaan. Panapanaan, Linnanen, Karvonen ja Phan (2003, 136) taas toteavat yritysten usein määrittelevän itse sen, mitä vastuullinen liiketoiminta heille merkitsee. Tämä osaltaan hankaloittaa vastuulliseen liiketoiminnan käsitteen määrittelyä, sillä yritykset käsittävät vastuullisuuden eri tavoilla ja se voi merkitä hyvinkin erilaisia asioita eri yrityksille. Sen lisäksi yritykset toimivat erityyppisissä toimintaympäristöissä ja toimialoilla, joilla on vaikutusta siihen, mikä ymmärretään vastuullisuuden sisällöksi. Yrityksillä on myös erilaiset lähtökohdat toiminnalleen, joten ne voivat painottaa melko erilaisiakin vastuullisuuteen liittyviä asioita. (Niskala & Tarna, 2003, 20–21.)

Joukko erilaisia määritelmiä ja sisältöjä luovat vastuullisen liiketoiminnan kentästä hyvin laajan ja monimuotoisen. Suuresta ja vaihtelevasta määritelmäjoukosta huolimatta määritelmille on usein yhteistä taloudellisen hyvinvoinnin tuottaminen, ympäristön suojeleminen ja luonnonvarojen kestävä käyttö, henkilöstön hyvinvointi ja osaaminen, tuoteturvallisuus ja kuluttajansuoja, hyvät toimintatavat ja yhteistyö lähiyhteisöjen kanssa sekä lahjoitukset ja yleishyödyllisten toimistojen tukeminen (Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto TT, 2001).

Vastuullisesta liiketoiminnasta on tehty paljon käsitteellistä tutkimusta (esim. Carroll, 1999; Moir, 2001). Dahlsrud (2008) on myös tutkinut vastuullisuuden käsitettä tutkimuksessaan. Hän tutki yhteensä 37 yhteiskuntavastuun määritelmää ja loi niiden pohjalta viisi ulottuvuutta, jonka kautta vastuullisuutta lähestytään. Nämä ulottuvuudet ovat sidosryhmäulottuvuus, yhteiskunnallinen ulottuvuus, taloudellinen ulottuvuus, vapaaehtoisuuteen pohjaava ulottuvuus ja ympäristöulottuvuus.

Euroopan yhteisöjen komission (2001) näkemys on hyvin yleinen ja laajasti käytetty sekä hyväksytty vastuullisen liiketoiminnan määritelmä, jonka mukaan vastuullinen yritystoiminta tarkoittaa sellaista toimintaa, jossa yritykset yhdistävät sosiaaliset ja ekologiset näkökohtia vapaaehtoisesti osaksi liiketoimintaansa ja vuorovaikutukseensa eri sidosryhmiensä kanssa. Euroopan yhteisöjen komission näkemys painottaa vastuullisen liiketoiminnan vapaaehtoisuutta eikä ainoastaan lainsäädännössä määriteltyjen edellytysten ja vaatimusten täyttämistä. Todellisen vastuun ottamisena nähdään vasta lain minimivaatimusten ylittäminen (Vehkaperä, 2003, 20).

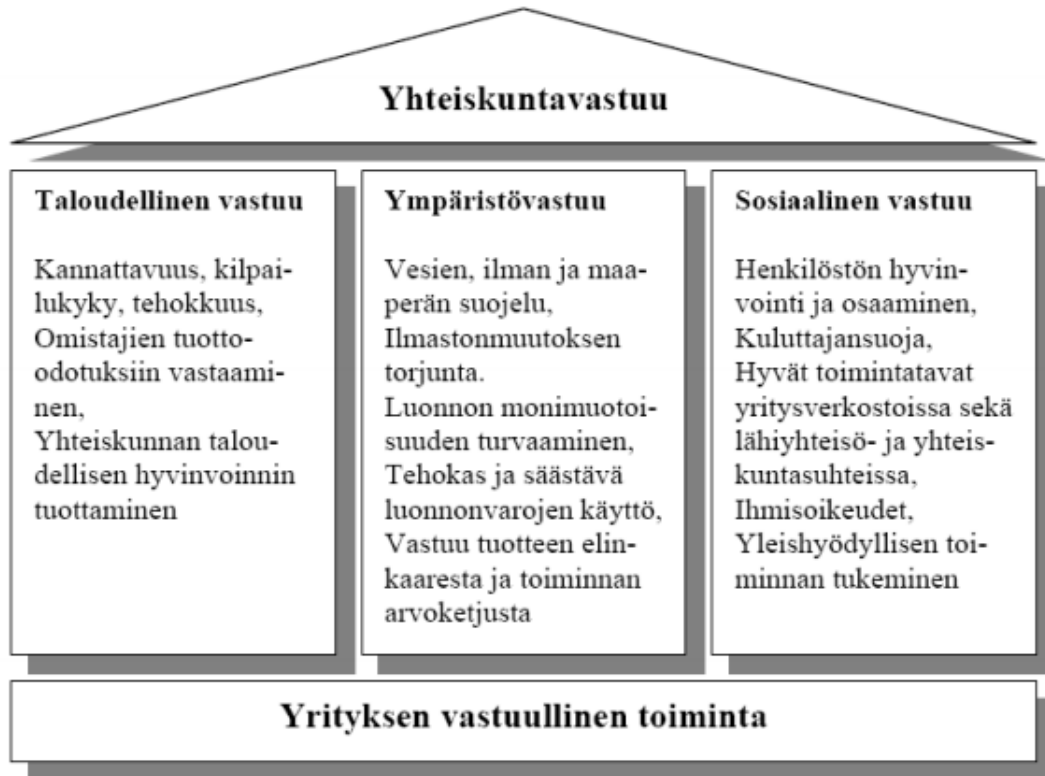
Jenkins (2009, 22) puolestaan painottaa omassa määritelmässään yrityksen liiketoiminnan positiivisia yhteiskunnallisia vaikutuksia. Ketola (2005, 10) on samoilla linjoilla, mutta haluaa korostaa, ettei yritys suinkaan ole kokonaisvastuussa yhteiskunnasta ja sen hyvinvoinnista vaan vastuu kannetaan yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Hopkins (2003) taas liittää yrityksen vastuullisuuden vahvasti siihen, miten yritys kohtelee ja huomioi sidosryhmiään. Hopkinsin määritelmä painottaa sekä yrityksen ulkoisia että sen sisäisiä sidosryhmiä.

Vastuullinen liiketoiminta on hyvin monipuolinen käsite. Yrityksen vastuullisuudesta puhuttaessa käytetään useita erilaisia käsitteitä (Vehkaperä, 2003, 19). Tällaisia termejä ovat esimerkiksi yhteiskuntavastuu, yritysvastuu, yrityskansalaisuus, vastuullinen liiketoiminta ja kestävän kehityksen mukainen yritystoiminta. Näitä käsitteitä käytetään usein päällekkäin ja jopa toistensa synonyymeina. Tässä tutkimuksessa pyritään käyttämään pääasiassa käsitettä vastuullinen liiketoiminta, sillä se kuvaa sekä tämän tutkimuksen että koko yritysvastuukentän kokonaisuutta parhaiten (Kujala & Kuvaja, 2002, 16). Lisäksi tutkimuksessa esiintyy termi yhteiskuntavastuu, jota käytetään vastuullisen liiketoiminnan synonyymina.

2.2 Vastuullisen liiketoiminnan eri osa-alueet

Vastuullisen liiketoiminnan keskeiset osa-alueet ovat taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu sekä ympäristövastuu. Jokainen osa-alue pitää sisällään eri tekijöitä, joita ne painottavat. Vaikka vastuulliselle liiketoiminnalle ei olekaan olemassa yhtä yleisesti hyväksyttyä määritelmää, tämä kolmen eri osa-alueen jaottelu on hyvin yleinen ja vakiin-

tunut tapa käsitellä vastuullista liiketoimintaa ja sen rakennetta. Kuviossa 3 havainnollistetaan yrityksen vastuullisen liiketoiminnan rakennetta.



Kuvio 3 Yrityksen yhteiskuntavastuun rakenne (TT, 2001)

Taloudellisesta vastuusta huolehtiessaan yrityksen ensisijaisena tehtävänä on varmistaa oman liiketoiminnan liiketaloudellinen kestävyys ja kannattavuus. Sen lisäksi taloudellinen vastuu painottaa huolehtimaan eri sidosryhmiin kohdistuvista taloudellisista vaikutuksista, jotka voivat olla sekä välillisiä että välittömiä. (Niskala & Tarna, 2003, 19.) Suoraan sidosryhmiin kohdistuvia taloudellisia vaikutuksia kutsutaan välittömiksi vaikutuksiksi. Välittömiä vaikutuksia ovat esimerkiksi verojen tilittäminen yhteiskunnalle, palkkojen suorittaminen henkilöstölle ja osinkojen maksaminen omistajille (Rohweder, 2004, 97).

Kaikki sidosryhmiin kohdistuvat taloudelliset vaikutukset eivät ole välittömiä, vaan ne voivat olla myös välillisiä. Välillinen vastuu kytkeytyy oman toiminnan kansantaloudelliseen merkitykseen, omien innovaatioiden laajempaan yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen tai toimintojen sijoittamispäätöksiin liittyviin taloudellisiin vaikutuksiin. Alihan-

kintojen vaikutus työllisyyteen ja siitä aiheutuvat kerrannaisvaikutukset kyseessä olevien alueiden hyvinvointiin voidaan nähdä myös taloudellisen vastuun välillisinä vaikutuksina. (Rohweder, 2004, 98.)

Vastuullinen taloudellinen toiminta edellyttää yrityksiltä kasvun ja kannattavuuden tavoittelua eettisesti hyväksyttävällä tavalla. Ympäristön hyvinvointi on keskeinen asia vastuullisessa taloudellisessa toiminnassa eikä sitä pidä vaarantaa. (Rohweder, 2004, 99.) Ketolan (2005, 39) mukaan yrityksillä on kasvun ja kannattavuuden lisäksi toinen tärkeämpi päämäärä: hengissä säilyminen. Ketola näkee kasvun ja kannattavuuden ainoastaan yrityksen elossa pysymisen osatekijöinä, jotka voivat pahimmassa tapauksessa vaikuttaa yritykseen erittäin huonolla tavalla. Jos esimerkiksi yritys kasvaa sosiaalisen tai ekologisen tekijöiden kustannuksella, ei yritys välttämättä silloin enää nauti sidosryhmiensä luottamusta eikä sitä koeta myöskään enää yhteiskunnan jäseneksi eli yrityskansalaiseksi.

Yrityksen *sosiaalinen vastuu* on säädetty monilta osin laissa, kuten esimerkiksi työterveyshuollon takaaminen työntekijöille. Sosiaalisen vastuun perimmäisenä ajatuksena nähdään ihmisoikeudet ja niiden kunnioittaminen kaikissa tilanteissa. Yritysten sosiaalinen vastuu sisältää vastuun

- omasta henkilöstöstä
- asiakkaista
- tavarantoimittajista
- alihankkijoista
- urakoitsijoista
- muista yhteistyökumppaneista
- paikallisista asukkaista
- suuresta yleisöstä.

(Ketola, 2005, 40).

Yritysten sosiaalisen vastuun muodot voidaan jakaa kahteen eri kategoriaan: 1) vastuullisuuteen oman liiketoiminnan piirissä ja 2) hyväntekeväisyyteen. Ensiksi mainittu on

pohjoismaalaisille tyypillinen tapa ymmärtää sosiaalista vastuuta, kun taas jälkimmäinen on amerikkalaisille tutumpi tyyli. (Lovio & Halme, 2004.) Sosiaalista vastuuta voidaan myös ajatella joko välittöminä tai välillisinä vastuina. Yrityksen henkilöstön hyvinvointiin ja osaamiseen liittyvät asiat nähdään välittöminä vastuina työntekijöiden kulttuurin ja arvojen kunnioittamisen lisäksi. Välittömän sosiaalisen vastuun piiriin kuuluu myös yrityksen vastuu palveluista ja tuotteista. Sen sijaan esimerkiksi hyvät toimintatavat, yhteistyö erilaisissa verkostoissa ja hyvien sidosryhmäsuhteiden ylläpito ovat yritykselle välillisiä vastuita. (Niskala & Tarna, 2003, 20; Rohweder, 2004, 103–104.)

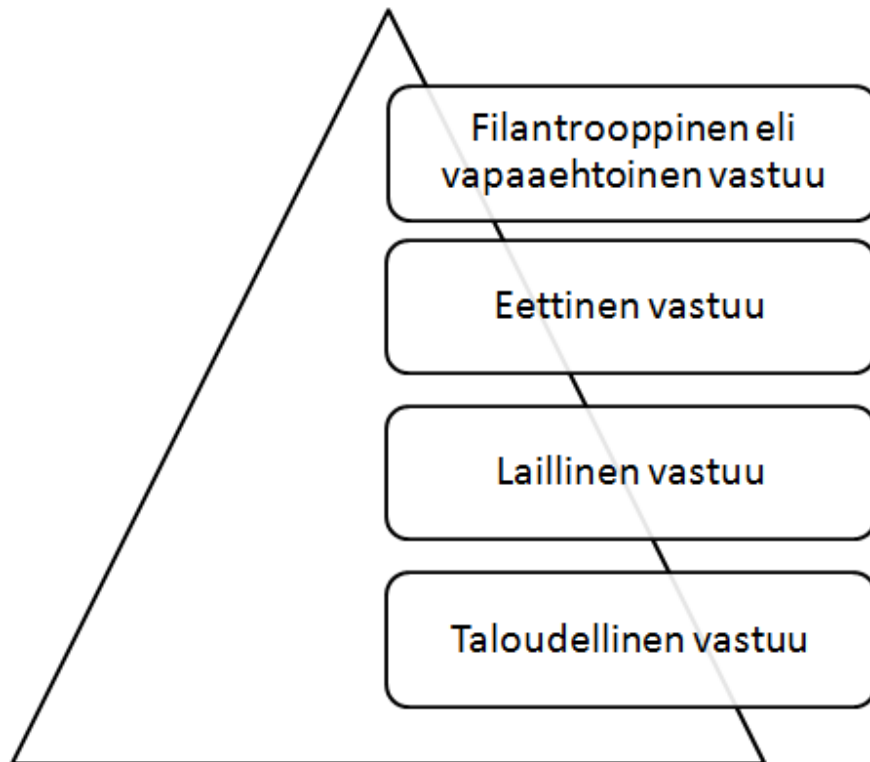
Sosiaalinen välillinen vastuu voidaan jakaa vielä globaaliin ja paikalliseen vastuuseen. Paikallisella välillisellä vastuulla voidaan tarkoittaa ympäristön asukkaiden, yhteisöjen sekä vironomaisten ja poliittisten päättäjien kanssa käytävää keskustelua. Monikansalliset yritykset puolestaan kohtaavat toiminnassaan erilaisia välillisiä globaaleja vastuita ottaessaan esimerkiksi kantaa hyvinvoinnin alueelliseen kehittymiseen tehdessään investointipäätöksiä. (Rohweder, 2004, 104.)

Ympäristövastuun lähtökohtana on raaka-aineiden ja energian tarkoituksenmukainen käyttö sekä syntyvien jätteiden ja päästöjen määrien minimointi. Yritystoiminta tulee suunnitella ja toteuttaa siten, että se vastaa tätä ympäristövastuuajattelun lähtökohtaa. Siinä missä taloudellista ja sosiaalista vastuuta myös ympäristövastuuta tarkastellaan usein välittömien ja välillisten vastuiden näkökulmasta. Yrityksen itse aiheuttamat välittömät ympäristöongelmat ja -riskien hallinta kuuluvat välittömiin vastuisiin. Niiden lisäksi luonnonvarojen kestävä ja säästäväinen käyttö luetaan välittömiin vastuisiin. Välillisen ympäristövastuun merkitys on lisääntynyt jatkuvasti. Yritysten tulisi olla omien ympäristönsuojeluun liittyvien toimien lisäksi tietoisia myös yhteistyökumppanien käytännöistä ja vaatia niitä noudattamaan samoja periaatteita. Luonnon monimuotoisuuden turvaamiseen liittyviin hankkeisiin osallistuminen liittyy myös yrityksen välilliseen ympäristövastuuseen, vaikka ne ovatkin yrityksen välittömän vaikutuspiirin ulkopuolella. (Rohweder, 2004, 99–100.)

Voidaan ajatella, että on kaksi tapaa hillitä yritysten ekologisesti kestäväntä toimintaa. Ensimmäisenä keinona nähdään yrityksen ulkoiset sidosryhmät, jotka ikään kuin pakottavat ja vaativat yritystä muuttamaan tapojaan kohti ekologisempaa toimintaa. Yrityksen oma-aloitteinen toiminta nähdään toisena vaihtoehtona hillitä ympäristön

kannalta haitallista toimintaa. Yritys alkaa tällöin kantaa yhtä enemmän huolta ympäristöstä ja ottaa ympäristöön liittyvät asiat huomioon jokapäiväisessä toiminnassaan. (Ketola, 2005, 49.)

Kaikki edellä esitelty vastuullisen liiketoiminnan osa-alueet ovat tärkeitä. Jotta yritys toimisi vastuullisella tavalla, tulee sen ottaa toiminnassaan huomioon vastuullisuuden kaikki osa-alueet. Tämän vakiintuneen kolmijaon lisäksi vastuullista liiketoimintaa voidaan hahmottaa Carrollin (2016) pyramidimallin avulla. Hänen mallinsa mukaan yhteiskuntavastuu koostuu taloudellisesta, lakiin perustuvasta, eettisestä ja filantrooppisesta vastuusta. Carrollin pyramidimalli esitellään kuviossa 4.



Kuvio 4 Yrityksen yhteiskuntavastuun pyramidimalli (Carroll, 2016)

Taloudellinen vastuu liittyy yrityksen kannattavuuteen ja se nähdään yritystoiminnan ydinasiana. Pyramidimallin mukaan taloudellinen vastuu luo perustan yrityksen muille vastuualueille. Laillinen vastuu edellyttää yrityksiä toimimaan lain vaatimusten mukaisesti. Suomessa toimivat yritykset noudattavat yleensä hyvin tarkkaan lainsäädäntöä ja sen asettamia vaatimuksia. Eettinen vastuu puolestaan liittyy laissa määrittelemättömiin yleisesti hyväksyttyihin arvoihin ja normeihin, joita yritysten tulee kunnioittaa ja nou-

dattaa. Filantrooppinen eli vapaaehtoinen vastuu on nimensä mukaisesti yrityksen vapaaehtoista yhteiskunnan hyväksi toimimista. Filantrooppinen vastuu korostaa yrityskansalaisuuden merkitystä. (Carroll, 2016.)

2.3 Kolme näkökulmaa vastuullisuuteen

Yrityksien vastuullinen toiminta eroaa paljolti toisistaan. Siinä missä toiset yritykset kantavat melko vähäistä ja kapeaa vastuuta, toisten yritysten yhteiskunnallinen vastuunotto voi olla erittäinkin laaja-alaista, jopa koko universumin huomioon ottavaa. Näiden erojen pohjalta Takala (2000a, 9) jakaa vastuullisen liiketoiminnan tarkastelun kolmeen erilaiseen näkökulmaan, joiden näkemykset ovat hyvinkin erilaisia keskenään. Nämä kolme lähestymistapaa ovat omistajalähtöinen, sidosryhmälähtöinen ja laajan vastuun näkökulma.

Omistajalähtöinen näkökulma painottaa markkinatalousmallia, joka perustuu avoimeen ja vapaaseen kilpailuun. Tällaisessa vapaan kilpailun markkinatalousmallissa jokainen yhteiskunnan yksilö tekee sopimuksen muiden yhteiskunnan osapuolten kanssa. Sopimuksen lähtökohtana on molempien sopimusosapuolien parhaan mahdollisen hyödyn saavuttaminen. Omistajalähtöisen näkökulman takana nähdään Milton Friedmanin (1970) ajattelutapa, jossa korostetaan voiton maksimointia yrityksen ainoana vastuuna. Muu yhteiskunnallisesti vastuullinen toiminta ei kuulu Friedmanin mukaan yrityksen tehtäviin. Omistajalähtöinen näkökulma näkee voiton maksimoinnin hyödyttävän myös yhteiskuntaa ja takaavan muiden markkinaosapuolten hyvinvoinnin pitkällä aikavälillä. (Takala, 2000a, 10.) Yrityksen katsotaan siis toimivan vastuullisesti, kun se pystyy tyydyttämään omistajiensa odotukset ja vastaamaan heidän tuottovaatimuksiin. Omistajalähtöisen näkökulman mukaan yritystä voidaan pitää jopa vastuuttomana toimijana, mikäli se yrittää ottaa osaa muuhun yhteiskunnallisesti vastuulliseen toimintaan (Takala, 2000b).

Omistajalähtöinen näkökulma näkee yritystoiminnan amoraalisena, moraalisäännöistä riippumattomana sekä moraalisen arvostelun ulkopuolella olevana toimintana. Sen mukaan ei itse yritykselle eikä yrityksessä toimiville henkilöille voida osoittaa minkäänlaista eettistä vastuuta tai arvostelua. Myöskään yritysjohdolla ei koeta olevan kykyä

tunnistaa yrityksen liiketoiminnasta aiheutuvia yhteiskunnallisia ongelmia eikä itse liiketoiminnassa esiintyviä eettisiä pulmia. Sellaista yrityksen sosiaalista osallistumista, joka hyödyttää varmasti osakkeenomistajia, ei nähdä epäsopivaksi. Esimerkkinä tästä voidaan mainita tietyt rahalliset avustukset tahoille, jotka vaikuttavat välittömästi yritysten omiin etuihin. Vastaavissa tilanteissa yrityksen oma etu nähdään kuitenkin ehdottomana päätekijänä eikä mikään saa vaarantaa sitä. (Takala, 2000b.)

Sidosryhmälähtöinen näkökulma painottaa yrityksen valtaa markkinamekanismien ulkopuolella, mistä seuraa erilaisia vastuuta ja velvoitteita yhteiskunnan muita osapuolia kohtaan. Omistajien voiton maksimoinnin sijaan yrityksen ensisijaisena tehtävänä nähdään tuottojen pitkän aikavälin optimointi, kasvu ja jatkuvuuden turvaaminen. Jatkuvuuden turvaaminen ei kuitenkaan tarkoita ainoastaan taloudelliseen puoleen panostamista vaan se edellyttää myös yhteiskunnallisesti vastuullista toimintaa. Yrityksen ja yhteiskunnan välinen sidos ja sen merkitys ovat lähtökohtana sidosryhmälähtöisessä näkökulmassa. Sen mukaan yhteiskunnat turvaavat yrityksen toiminnan eikä yritystoimintaa voi olla ilman yhteiskuntaa (Joyner & Payne, 2002, 298). Yritystoimintaa tulee voida arvioida myös eettisin kriteerein eikä ainoastaan taloudellisin perustein. (Takala, 2000a, 12.) Sen lisäksi yritysten tulee huomioda yhteiskunnassa vallitsevat eettiset normit päätöksenteossaan (Takala, 2000b).

Vastuullisen yrityksen aiheuttamat haitat yhteiskunnalle eivät saa missään tilanteessa olla suurempia kuin yrityksen saamat hyödyt sen taloudellisesta toiminnasta. Yrityksen toiminnan nähdään olevan vastuullista, kun yritys oman edun ajamisen lisäksi ottaa huomioon myös yleisen edun. Sidosryhmälähtöisessä näkökulmassa korostuu yrityskansalaisuuden periaate, jonka mukaan yritys ei toimi ainoastaan taloudellisena instituutiona vaan se nähdään osana yhteiskuntaa eli yhteiskunnan jäsenenä ja kansalaisena. (Takala 2000a, 12.)

Valistuneen itsekkyyden periaate liittyy myös sidosryhmälähtöiseen näkökulmaan. Sen mukaan yrityksen kannattaa rajoittaa oman edun tavoittelua ja toimia jossain tilanteessa vastuullisella tavalla jopa voiton kustannuksella, sillä siten yritys saa osakseen yhteiskunnan hyväksynnän (Takala, 2000b). Tällä tavoin yritys osallistuu yhteisten ongelmien ratkaisuun ja voi hakea toiminnalleen oikeutusta eli legitimizeettiä. Mikäli yhteiskunnan odotukset eivät toteudu eikä yrityksen toiminta ole yhteiskunnan arvojen mukaista, voi

yritykselle syntyä legitimizeettivaje, jolloin yhteiskunnan usko horjuu eikä yrityksen toimintaa koeta enää niin hyväksyttävänä. Pahimmassa tapauksessa yritys voi menettää legitimizeettinsä eli oikeutuksen olemassaololleen, joka voi lamauttaa yrityksen toiminnan tai aiheuttaa sen äkkikuoleman. (Branco & Rodrigues, 2006, 236; Palazzo & Scherer, 2006, 71).

Takalan (2000a, 13) mukaan kolmas yhteiskuntavastuun lähestymistapa eli *laajan sosiaalisen vastuun* näkökulma on näistä kolmesta yhteiskuntavastuun näkökulmasta kaikista vaikeimmin hahmotettavissa yhdeksi ehjäksi kokonaisuudeksi. Syiksi Takala kokee osittain lähestymistavan uutuuden ja osittain suuren määrän erilaisia eettisiä näkemyksiä, jotka vaikuttavat näkökulman taustalla. Laajan sosiaalisen vastuun näkökulman takana on vahva ajatus siitä, että ainoastaan tuottoa ja kannattavuutta tavoittelevien yritysten asema tulee heikkenemään tulevaisuudessa. Tämän näkemyksen mukaan yritysten on pakko ottaa huomioon myös ympäröivän maailman arvot silläkin uhalla, että yrityksen saamat voitot pienenisivät hetkellisesti.

Laajan sosiaalisen vastuun näkökulma painottaa vastuun näkemistä myös mahdollisuutena sen sijaan, että vastuu mielletäisiin ainoastaan yritysten toimintaa rajoittavaksi tekijäksi. Toki vastuu rajoittaa jossain määrin yrityksen toiminta-, keino- ja päämäärä- vaihtoehtoja, mutta lisäksi se avaa valtavasti uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja keinoja erottua kilpailijoista. Laajan sosiaalisen vastuun näkökulma pitää olennaisena sitä, että yhteiskuntavastuu nähdään kiinteänä osana yrityksen toimintaa ja sen strategiaa. Eettiset periaatteet konkretisoituvat toiminnan tekoina ja koko yhteiskunnan hyvinvointi koetaan yrityksen perustavoitteeksi, jossa voiton tuottaminen nähdään ainoastaan välineenä tavoitteen saavuttamiselle. Lantos (2001) puhuu yrityksen ja yhteiskunnan välisestä sosiaalisesta sopimuksesta, jonka mukaan yritys pyrkii minimoimaan yhteiskunnan haittavaikutukset ja huolehtimaan yhteiskunnan tarpeiden täyttämisestä.

3 MAINE YRITYSTOIMINNASSA

3.1 Maineen käsite

Monet tutkijat ovat yrittäneet luoda maineelle jonkin tietyn määritelmän, mutta yhtä vakiintunutta määritelmää ei ole löytynyt. Laajan hyväksynnän on kuitenkin saavuttanut Fombrunin (1996) määritelmä, jonka mukaan mainetta tulisi tarkastella organisaation tähänastisen toiminnan ja tulevaisuuden representaatioksi, jonka pohjalta voidaan luoda kuva yrityksen vetovoimaisuudesta sen eri sidosryhmien silmissä verrattuna kilpailijoihin. Maine voidaan nähdä myös yrityksestä kerrottujen tarinoiden summana (Smythe, Dorward & Reback, 1992). Schanz (2006) puolestaan määrittelee maineen laajaksi joukoksi sidosryhmien erilaisia käsityksiä, mielipiteitä ja odotuksia. Barnett, Jermier ja Lafferty (2006) kokevat yrityksen maineen koostuvan sidosryhmien erilaisista tuomioista ja arvioista yrityksen toiminnasta painottaen taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristöllisiä näkökulmia yrityksen teoissa.

Maineen käsitteen määrittely riippuu paljolti siitä, minkä aihealueen näkökulmasta sitä tarkastellaan. Maine on hyvin monitieteellinen käsite. Taloustiede korostaa yrityksen aiemmin harjoittanutta, menneisyyden toimintaa, joka tarjoaa sidosryhmille merkkejä siitä, miten yritys aikoo tulevaisuudessa toimia (Davies, 2003) sekä miten sen strategia määräytyy markkinoilla (Fombrun & van Riel, 1997). Strategisen johtamisen puolella maine koetaan ainutlaatuiseksi ja vaikeasti jäljiteltäväksi aineettomaksi voimavaraksi (Smaiziene & Jucevicius, 2009), joka edustaa kokonaisvaltaisesti moninaisten sidosryhmien mielikuvaa yrityksestä (Shamma & Hassan, 2009). Sosiologia käsittelee mainetta yhteiskunnallisena ilmiönä, joka muodostuu yleisestä ymmärryksestä siitä, mitä toimijasta tiedetään (Shamma & Hassan 2009, 326).

Maineen eri määritelmissä korostuvat yritystä koskevat mielikuvat ja näkemykset, siihen liitettävät erilaiset ominaisuudet sekä myös eri sidosryhmien mielipiteet ja ajatukset. Sanakirjassa maine määritellään siten, miten jostakin asiasta mainitaan. Viestinvälitys liittyy vahvasti maineeseen, sillä jostakin asiasta mainitseminen on viestin lähettämistä ja viestin vastaanottamista. Maineen englanninkielistä vastinetta (reputation) sa-

nakirja määrittelee esitetyksi todistukseksi, joka voi olla hyvä tai huono (Karvonen, 1999, 47). Aula ja Heinonen (2002, 36) vetävät yhteen maineen sanakirjamääritykset ja tiivistävät ne kolmeen oleelliseen seikkaan: 1) maine on jotain, mistä puhutaan ja kerrotaan, 2) maineeseen liittyy usein kohteesta tehty arvio, joka voi olla suotuisa tai haitallinen ja 3) maine on olemassa yleisöissä ja yleisöt tekevät tulkinnat kohteesta.

3.2 Maineen useat ulottuvuudet

Mainetta tutkittaessa tulisi aina huomioida kulttuuriset tekijät, jotka ovat tärkeässä roolissa mainetta arvioitaessa. Tekijä, joka on perusteltu mittaamaan mainetta esimerkiksi Amerikassa toimivien yhtiöiden osalta, ei välttämättä ole oleellinen tekijä mittaamaan Suomessa toimivien yritysten mainetta. On ensiarvoisen tärkeää tiedostaa ne tekijät, jotka kulloinkin tietyissä tilanteissa ja ympäristöissä ovat relevantteja arvottamaan yrityksen mainetta, jotta yritykset osaavat mahdollisimman hyvin hallita mainettaan. Maina on yleismaailmallinen käsite ja osa yritysten ja muiden organisaatioiden toimintaa, mutta sen sisältö vaihtelee paljon taloudellisten, kulttuurillisten ja sosiaalisten arvojen mukaan liiketoimintaympäristöstä toiseen (Aula & Mantere, 2005, 40). Erilaisia mittareita eri kulttuuriin konteksteihin on kehitetty juuri tästä syystä.

Aula ja Heinonen (2002) ovat luoneet Suomen oloihin oman mittarinsa (RepMap - menetelmä) tarkastelemaan mainetta kuuden eri ulottuvuuden kautta: *tuotteet ja palvelut, yrityskulttuuri ja johtaminen, menestyminen, muutos- ja kehityskyky, yhteiskuntavastuu ja julkinen kuva* (kuvio 5).

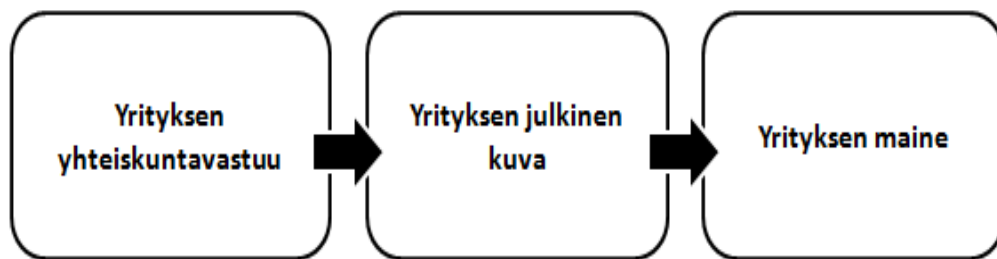


Kuvio 5 Mainepyörän kuusi ulottuvuutta (Aula & Heinonen, 2002, 100)

Kaikki kuusi ulottuvuutta sisältävät vielä omat sisäiset arviointikriteerinsä. Tutkimukseeni on kiinnostunut yhteiskuntavastuun ulottuvuudesta, joka keskittyy tarkastelemaan lähiympäristöä, yhteiskunnan kehittämistä, ympäristöä ja eettisyyttä. Toinen mielenkiinnonkohteeni on julkisen kuvan ulottuvuus, jossa tunnettuus sidosryhmissä, näkyminen julkisuudessa, julkisuuskuva ja johdon karismaattisuus ovat kriteerejä, joiden avulla mainetta tarkastellaan.

3.3 Tutkielman alustava teoreettinen viitekehys

Tutkimuksessani aion keskittyä yhteiskuntavastuun ulottuvuuteen eli tutkia mainetta yrityksen vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta. Julkisen kuvan ulottuvuus tulee myös luonnollisesti osaksi tutkimustani, sillä lähtöajatukseni on, että vastuullisuus heijastuu yrityksen julkiseen kuvaan ja sitä kautta yrityksen maineeseen. Alla olevan kuvion 6 avulla pyrin havainnollistamaan tätä ajatustani vastuullisen liiketoiminnan, julkisen kuvan ja maineen yhteydestä ja suhteesta. Kuvio toimii tutkielmani alustavana teoreettisena viitekehyksenä.



Kuvio 6 Tutkielman alustava teoreettinen viitekehys

3.4 Omaisuus, tarina vai kansalaisuus?

3.4.1 Maine tarinana

Maine tarinana -näkökulman mukaan maine voidaan hahmottaa joukoksi organisaatioita kerrottuja tarinoita (Karvonen, 2005, 48). Mainetarinan lähtökohta on se, että mainetta hallitsevat yrityksen eri sidosryhmät. Tarinamaine keskittyy kommunikaatioon ja viestien välittämiseen ja vastaanottamiseen. Tarinat muodostuvat kertojan ja kuulijan vuorovaikutuksessa. Sekä kertoja eli viestin välittäjä että kuulija viestin vastaanottajana luovat omat tulkintansa tarinoista. Tulkintoja on yhtä monia kuin on viestin vastaanottajiaakin. Jokainen tulkitsee asioita omalla tavallaan. Niinpä yksilötasolla ajateltuna jokaisen yrityksen maine on ainutlaatuinen. Ei ole siis olemassa yhtä selvää totuutta siitä, millainen jokin yritys on kaikkien ihmisten silmissä. (Aula & Mantere, 2005, 60–63.)

Tarinat rakentuvat ja muuttavat muotoaan jatkuvasti, mikä on haastavaa yrityksille. Tarinat muodostuvat erilaisissa tilanteissa, kohtaamisissa ja viestinnässä. Tarinat ovat usein joukko pirstaleisia kertomuksia, joiden kautta ihmiset kohtaavat yrityksen. Tarinoiden hajanaisuuden takia niistä voidaan muodostaa monenlaisia mielikuvia ja niiden tulkinta riippuukin monesta tekijästä. Tarinoiden avulla vaikeasti hahmotettavista tapahtumista tehdään ymmärrettäviä. (Boje, 1995, 1000.) Tarinamaine kokee, että ihmiset rakentavat tarinat organisaation sijaan, ja organisaation on lähes mahdoton johtaa tai ohjailla tarinamainetta. Toki yritykset voivat hyvien yritystarinoiden avulla vaikuttaa maineeseen, mutta viime kädessä yritys ei voi olla varma, minkälaisia ihmisten kokamat tarinat ovat ja vastaavatko ne niitä tarinoita, joita yritys toivoo. (Aula & Mantere, 2005, 60–63.)

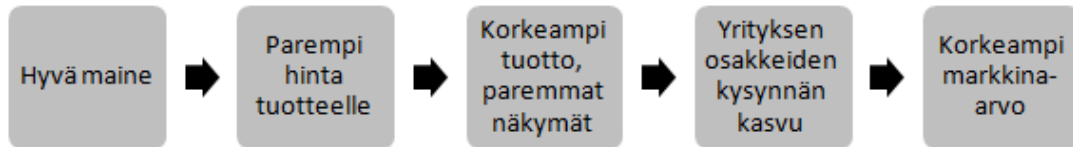
Nykyisessä mielikuvayhteiskunnassa yritykset myyvät tuotteiden ja palveluiden lisäksi myös mielikuvia ja tarinoita. Sanotaan, että tarinat eivät pelkästään kerro todellisuudesta, vaan ne rakentavat todellisuutta (Wiio, 2006, 13). Yritykset kamppailevat jatkuvasti siitä, mikä tarina on kulloinkin vallallaan ja merkitsevä. On sanomattakin selvää, että kaikki mahdolliset tarinat eivät voi hallita, vaan jotkut tarinat saavuttavat määräävän aseman ja ovat huomattavasti enemmän näkyvillä (Rhodes & Brown, 2005, 175).

Tarinamaine painottaa näkökulmaa, jonka mukaan yritys tehdään tarinoissa ja sen eloonjääminen ja menestyminen on tarinoista kiinni. Nykyään yrityksiä kehoitetaan yhä enemmän käyttämään tarinankerrontaa keinona hallita ja suojella yrityksen mainetta. Tarinamaineessa on tärkeää tarinan ja todellisuuden kohtaaminen. Yrityksen tarinan on kohdattava todellisuus ja vastattava todellista toimintaa. Kestävä yritystarina on todellisuuteen perustuva, uskottava ja eheä. Yrityksen pyrkivät jatkuvasti siihen, että tarinat, joita niistä kerrotaan, luovat yrityksen hyväksi. (Aula & Mantere, 2005, 63–64; Dowling, 2006.)

3.4.2 Maine omaisuutena

Maine tarinana -näkemys ei ole ainoa tapa hahmottaa mainetta. Toinen näkökulma kokee maineen yrityksen omaisuudeksi. Se painottaa rahaa ja sen kontrollia. Maine omaisuutena -näkökulma lähestyy mainetta taloudellisesta näkökulmasta ja näkee maineen

eräänlaisena omaisuuseränä, joka tuottaa yritykselle pääomaa. Maine on yritykselle tärkeä tekijä, joka voidaan omistaa, myydä, lainata tai varastaa.. Tämän näkökulman pääajatuksena on se, että maine luo yrityksille taloudellista lisäarvoa. Kuviossa 7 esitellään prosessi, jolla maine tuottaa yritykselle lisäarvoa.



Kuvio 7 Esimerkki maineen arvoketjusta (Fombrun & van Riel, 2004)

Maine nähdään siis mittavana suureena, jolle voidaan laskea arvo aivan samalla tavalla kuin yrityksen muullekin omaisuudelle. Mainelle halutaan osoittaa euromääräinen merkitys ja liiketaloudellinen arvo. Maine koetaan siis varallisuuseräksi siinä missä koneet ja laitteetkin, mutta se luokitellaan luonteensa vuoksi aineettomaksi pääomaksi ja vielä tarkemmin rakennepääomaksi eli ”näkymättömäksi rahaksi” (Roos, Fernström, Piponius & Rastas, 2006, 7). Yrityksen hyvät teot nähdään kannattavaksi silloin, kun voidaan ajatella, että niitä tehtäessä yritys saa ”mainerahaa” ja saatujen ”mainerahojen” avulla lisää yrityksen arvoa. Hyvä maine kasvattaa yrityksen goodwill-arvoa, jolla tarkoitetaan yrityksen aineetonta arvoa eli toisin sanoen mainearvoa tai liikearvoa. Goodwill-arvo kertoo yhtiön maineen arvon ja sitä käytetään tietyiltä osin jopa maineen synonyymina. (Aula & Mantere, 2005, 56–57.)

Omaisuusmaine kokee maineen ja siihen sijoittamisen investointina, jonka vaikutuksia menestykseen voidaan arvioida. Mainelainvestointi on muiden investointien tapaan aina sijoitus, johon liittyy riski. Omaisuusmaineen lähtökohta on ajatus siitä, että maineella on suora yhteys yritysten talouteen ja taloudellisiin tunnuslukuihin kuten kannattavuuteen ja markkina-arvoon. Hyvä maine koetaan suureksi kilpailueduksi, joka tuo yritykselle monia helpotuksia, säästöjä ja tuottoja. Hyvä maine voi kasvattaa yrityksen markkinaosuutta, alentaa tuotteiden ja palveluiden markkinointi- ja jakelukustannuksia, mahdollistaa paremman hinnoittelun, toimii eräänlaisena suojakilpenä kriisitilanteissa, auttaa sitouttamaan henkilöstön, houkuttelee uusia tekijöitä yritykseen ja helpottaa uu-

sille markkinoille pääsyä. Hyvämaineinen yritys kiinnostaa myös sijoittajia ja yhteistyökumppaneita. (Aula & Mantere, 2005, 58.)

3.4.3 Maine kansalaisuutena

Kansalaisuusmaine kokee hyvän maineen perustuvan yrityksen eettisesti kestäväälle toiminnalle. Tässä näkökulmassa maine käsitetään rinnasteiseksi vastuulliselle liiketoiminnalle. Vastuullisuus peräänkuuluttaa epäitsekkästä käyttäytymistä ja yrityksen toimintaympäristön ajattelemista liiketoiminnassa. Vastuullinen yritys ajattelee päätösten tekotilanteessa itsensä lisäksi ympäristöä ja yhteiskuntaa. Mielikuva yrityksistä on muuttunut. Ennen yritykset koettiin instituutioiksi, joiden ainoa tehtävä oli tuottaa omistajilleen voittoa. Milton Friedman (1961) puoltaa tätä ajattelua todetessaan, ettei yrityksillä ole kuin yksi sosiaalinen vastuu eli omistajien tuottojen maksimointi. Nykyään yritykset kuitenkin nähdään kansalaisina ja osana yhteiskuntaa. Käsitettä yrityskansalaisuus (corporate citizenship) käytetään usein samassa yhteydessä, kun puhutaan vastuullisesta liiketoiminnasta. (Aula & Mantere, 2005, 64.)

Yritys nähdään siis nykyään yhteiskunnan kansalaisena, ja oikeastaan yritysten odotetaan olevan *hyviä* yrityskansalaisia, pelkkä kansalainen ei riitä. Yritys ei siis automaattisesti ole hyvä yrityskansalainen, vaan yrityksiltä odotetaan lakien noudattamisen lisäksi hyviä tapoja, eettisesti kestäväää toimintaa ja sidosryhmien huomioonottamista. Kunnon kansalaisena yritysten tulisi ajatella itsensä osaksi laajempaa kokonaisuutta, yhteisöä ja toimintoympäristöä. Valtiota ei enää koeta samanlaisena vastuun kantajana kuin ennen, mikä on lisännyt yritysten vastuuta huolehtia työntekijöidensä ja lähiympäristön lisäksi myös laajemmista yhteiskunnallisista asioista. (Karvonen, 2001, 21, 52; Aula & Mantere, 2005, 64–65.)

Yhteiskuntavastuu nähdään muodostuvan kolmesta eri osa-alueesta; taloudellisesta ja sosiaalisesta vastuusta sekä ympäristövastuusta. Miten nämä vastuut sitten jakautuvat, mikä vastuu saa suurimman painoarvon? Usein pohditaan sitä, johtuuko taloudellinen menestys vastuullisesta liiketoiminnasta vai vastuullisuus hyvästä menestyksestä. Kansalaisuusmaineen perusajatuksena on, että yhteiskuntavastuu on hyvän tuloksen edellytys. Se nähdään koko toiminnan lähtökohtana, ei seurauksena. Hyvä yritys valitsee vas-

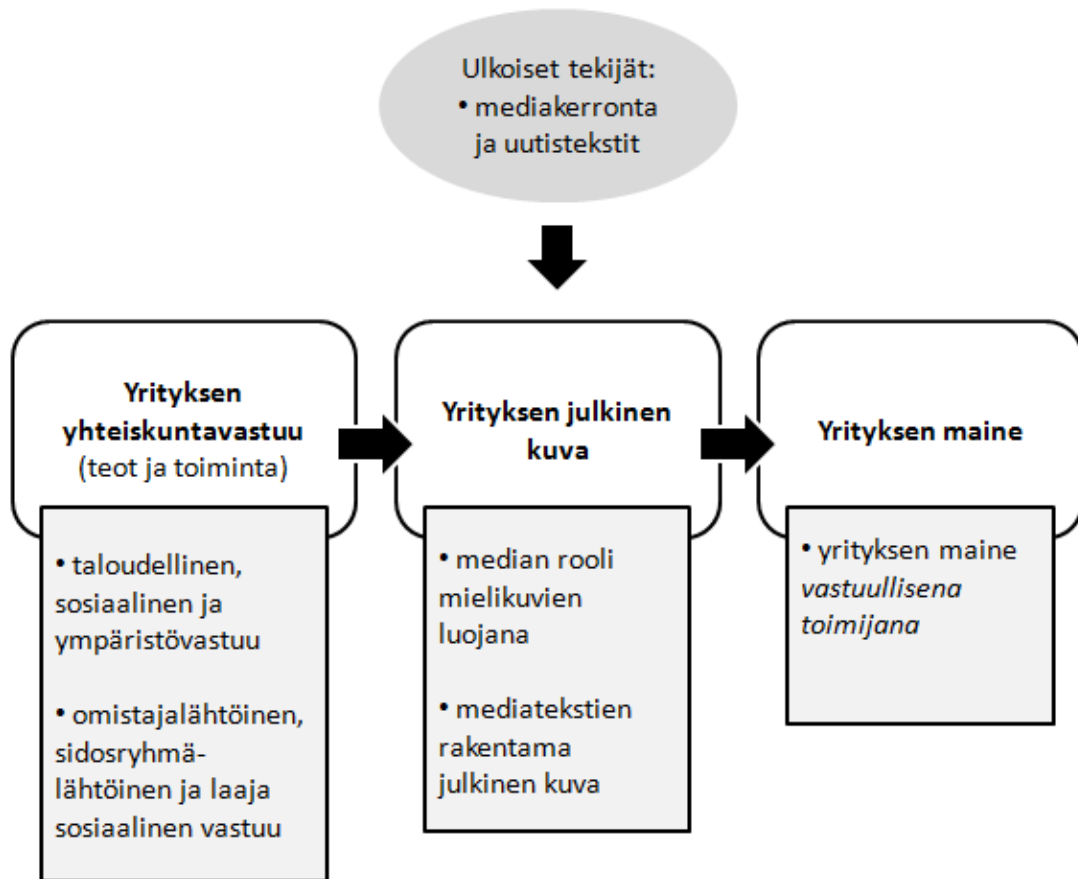
tuullisen toiminnan ja pitää sitä itsestään selvänä. (Aula & Mantere, 2005, 66–67.) Hyvän yrityskansalaisen mielikuvan omaava yritys hyötyy maineestaan. Ensinnäkin hyvän yrityskansalaisen on helpompi integroitua osaksi yhteiskunnallista rakennetta, sillä hyvät teot vahvistavat yrityksen suhteita paikallisiin toimijoihin, työntekijöihin ja viranomaisiin. Toiseksi hyvä yrityskansalaisuus auttaa yritystä rakentamaan arvokasta mainepääomaa. (Fombrun, Gardberg & Barnett, 2000.)

Maine kansalaisuutena näkökulma on oman tutkimukseni kannalta olennainen, sillä se linkittää maineen ja vastuullisen liiketoiminnan tiukasti toisiinsa, joka on lähtökohtana omassa tutkimuksessani. Käsite yrityskansalainen liittyy vahvasti yritysten yhteiskuntavastuuseen, johon puolestaan liitetään maine ja vastuullinen liiketoiminta. Tiivistettynä yhteiskuntavastuu tai yritysvastuu merkitsee yritysten velvoitetta toimia vastuullisesti omassa toimintaympäristössään. Vastuullinen toiminta puolestaan vähentää yritysten maineriskejä ja auttaa yrityksiä maineenhallinnassa.

Vastuullinen tai vastuuton toiminta näkyy ja kuuluu julkisessa keskustelussa. Median tarjoama julkinen keskustelu luo yrityksestä tiettyjä mielikuvia, jotka vaikuttavat yrityksen maineeseen. Näin ollen myös maine tarinana on oman tutkimukseni kannalta keskeinen, sillä media luo eräänlaisen julkisen keskusteluareenan, joka koostuu useista tarinoista. Median luomat tekstit kertovat erilaisia tarinoita tapahtumista ja näiden tarinoiden avulla mediatekstit vaikuttavat vahvasti siihen, minkälainen kuva keskustelusta muodostuu muille yhteiskunnan jäsenille.

3.5 Tutkielman täsmennetty teoreettinen viitekehys

Kuviossa 6 esiteltiin tutkimuksen alustava teoreettinen viitekehys, joka rakentuu vastuullisen liiketoiminnan, julkisen kuvan ja maineen kokonaisuudesta. Kuviossa 8 muokataan aiemmin esitettyä alustavaa viitekehystä kohti lopullista, täsmennettyä tutkielman teoreettista viitekehystä. Teoreettinen viitekehys tiivistää ajatukseni tutkittavasta ilmiöstäni eli vastuullisen liiketoiminnan ja maineen välisestä yhteydestä.



Kuvio 8 Tutkielman täsmennetty teoreettinen viitekehys

Tutkielman täsmennetty viitekehys luo perustan ja taustan tälle tutkimukselle. Sen tarkoitus on havainnollistaa vastuullisen liiketoiminnan, julkisen kuvan ja maineen suhdetta. Tutkimusta ohjaa ajatus siitä, että yrityksen vastuullinen liiketoiminta eli teot ja toiminta tuodaan muulle yhteiskunnalle näkyväksi median avulla, joka ulkoisena tekijänä muokkaa osaltaan yrityksestä muodostuvaa julkista kuvaa. Vastuullinen liiketoiminta ja julkinen kuva yhdessä vaikuttavat lopulta yrityksen maineeseen vastuullisena toimijana.

Käytän muodostamaani teoreettista viitekehystä eräänlaisena työkaluna, joka ohjaa empiiristä analyysini kulkua ja jäsentää tutkittavasta aineistosta tehtyjä havaintoja ja esitettyjä tuloksia. Lähden tulkitsemaan tutkimusaineistoani vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta painottaen vastuullisen liiketoiminnan kolmen eri osa-alueen jaottelua ja erilaisia näkökulmia tarkastella yrityksen vastuullisuutta (kuvio 8).

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

4.1 Laadullinen tutkimus

Tutkimukseni on laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Kvalitatiivisien tutkimusmenetelmien avulla pyritään tutkimaan valittua kohdetta tai ilmiötä mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Sen vuoksi laadullisessa tutkimuksessa valitaan tutkittavaksi jokin kohde, johon halutaan pureutua syvällisemmin. Kokonaiskuvaa ei kuitenkaan tule tutkimuksessa unohtaa tai laiminlyödä, sillä tutkittavaa kohdetta pyritään ymmärtämään suhteessa sen kontekstiin. (Kiviniemi, 2001, 68.) Omassa tutkimuksessani kokonaisvaltaisen tarkastelun mahdollistaa erityisen laaja aineisto.

Teorian asema on tutkijan ensimmäisiä asioita, jotka hän päättää aloittaessaan tutkimustaan. Vaihtoehtoina voidaan ajatella olevan teorialähtöinen, teoriasidonnainen ja aineistolähtöinen tutkimus (Eskola, 2001, 135–140). Puhdas aineistolähtöinen näkökulma on mahdottomuus, sillä jokaisella tutkijalla on omat tiedostetut tai tiedostamattomat lähtökohdat. Teorian puuttuminen voi helposti johtaa myös pelkkään yksinkertaiseen aineiston kuvailuun. (Väliaverron, 1998, 33). Teoria- ja aineistolähtöisen tutkimuksen välissä voidaan ajatella olevan teoriasidonnainen tutkimus, jossa painotetaan sekä teoria- että aineistonäkökulmaa. Aineiston analyysi ei perustu suoraan tiettyyn teoriaan, mutta yhteydet niiden välillä on olemassa. Teoriasidonnaisessa tutkimuksessa tutkija hakee teoriasta tukea aineistosta tekemilleen löydöksille. Tällaista lähestymistapaa voidaan kutsua abduktiiviseksi päättelyksi. (Tuomi & Sarajärvi, 2002, 99.)

Omassa tutkimuksessani teorialla on tärkeä rooli, sillä se luo pohjan koko tutkimukselle, mutta se ei ole niin keskeisessä asemassa kuin teorialähtöisessä tutkimuksessa. Siitä syystä koen tutkimukseni teoriasidonnaiseksi. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostuu vastuullisen liiketoiminnan, julkisen kuvan ja maineen kokonaisuudesta. Se on muodostettu tarkastelemalla maineen ja vastuullisen liiketoiminnan määritelmiä ja niiden erilaisia näkökulmia. Kuvaan myös lyhyesti aiempaa maineen ja vastuullisen liiketoiminnan tutkimusta. En kuitenkaan takerru liiaksi teoriaan, eikä teoria ole tutkimukseni päämäärä. Sen sijaan pyrin käyttämään muodostamaani teoreettista viitekehystä

eräänlaisena työkaluna, joka tarjoaa näkökulmia tutkimusaineistosta tehtäviin havaintoihin ja vahvistaa aineistosta tekemiäni tulkintoja.

4.2 Aineiston esittely

Tutkimuksen empiirinen aineisto koostuu uutisartikkeleista eli mediateksteistä. Talvivaaraa koskevaa uutisaineistoa löytyi valtavan paljon, ja siitä syystä aineiston keruuta oli pakko rajata. Tässä tutkimuksessa rajasin aineiston keruun koskemaan ainoastaan Talouselämä-lehdessä julkaistuja mediatekstejä. Talouselämä tarjoaa tietoa suomalaisista yrityksistä ja yhteiskunnasta. Talouselämä on ajankohtainen ja luotettava media, joka eri kanaviensa kautta tavoittaa vaivattomasti suomalaisen elinkeinoelämän ja hallinnon päättäjät. Lehti puhuttelee myös johdon, talouden, yrittämisen ja sijoittamisen ammattilaisia. Näiden ryhmien lisäksi Talouselämä tavoittaa Suomen kansalaiset, jotka ovat kiinnostuneita tärkeistä talousuutisista sekä niiden taustoista ja seurauksista. (Vehkaperä, 2002, 27–28.) Vuonna 2014 lehden levikki oli suunnilleen 81 300 ja painetun lehden lukijamäärä noin 182 000 (Kuluttajamediatutkimus KMT, 2014).

Vaikka Talvivaarasta olisi saanut tietoa muistakin tiedotusvälineistä, päätin valita Talouselämän yhtäältä sen monipuolisuuden, mutta toisaalta sen rajallisuuden vuoksi. Lehti keskittyy talousasioiden lisäksi myös yhteiskunnallisiin asioihin ja puhuttelee laajaa joukkoa elinkeinoelämän päättäjistä pääomasijoittajiin ja aina yhteiskunnan talousasioista kiinnostuneisiin kansalaisiin. Lehden kohderyhmä ja käsiteltävät aihealueet ovat kuitenkin paljon rajatumpia kuin monen muun lehden, mikä puolsi rajausvalintaani Talouselämä-lehteen. Valinta osoittautui onnistuneeksi, sillä Talouselämä tarjosi hedelmällisen aineiston Talvivaarasta, joka koostuu eri toimijoiden monipuolisista mielipiteistä ja ristiriitaisistakin näkökulmista.

Keräsin aineiston Talouselämä-lehden sähköisestä uutisarkistosta tekemällä haun sanalla Talvivaara. Aineisto on haettu ajalta 26.8.2005–15.11.2013. Valitsin aikavälin sillä perusteella, että halusin tutkittavan aineiston olevan mahdollisimman laaja ja kattava. Tutkimuksen tarkoituksena on kuvata Talvivaaran tapahtumia yrityksen koko toiminnan ajalta eikä keskittyä ainoastaan yhteen, tiettyyn tapahtumaan. 26.8.2005 oli päivä, jolloin ensimmäinen Talouselämän uutinen ilmestyi koskien Talvivaaraa. 15.11.2013 puo-

lestaan valikoitui viimeiseksi päiväksi sillä perusteella, että Talvivaara hakeutui yritys-saneerausmenettelyyn 15.11.2013.

Tutkimuksen aineisto koostuu Talouselämä-lehden uutisartikkeleista eli jo valmiiksi olemassa olevasta aineistosta. Käytettäessä jo olemassa olevaa aineistoa vältetään poh-timasta tutkijan vaikutuksia tuotettuun aineistoon. Jo olemassa oleviin Talouselämä-lehden mediateksteihin en ole itse voinut vaikuttaa millään tavalla. Sen sijaan olen vai-kuttanut omilla valinnoillani siihen, mitkä tekstit Talouselämän tuottamista artikkeleista valitsin tutkimukseni aineistoksi.

Valitulla ajanjaksolla tehty haku tuotti yhteensä 272 uutisartikkelia. Ehrnroothin (1990, 37) mukaan ennen varsinaista tulkintaa aineisto on käsiteltävä niin, että siitä karsitaan pois kaikki turha. Suorittamani sähköisen haun jälkeen tulostin jokaisen artikkelin ja kävin ne läpi yksitellen, jolloin osa teksteistä jäi tutkimuksen empiirisen aineiston ulko-puolelle. Ulkopuolelle jääneet tekstit olivat pääosin kirjoituksia, jotka sisälsivät ainoas-taan yksittäisiä sijoituskommentteja Talvivaarasta. Näissä teksteissä käsiteltiin usein vain yritysten pörssikurssin liikkeitä ja listattiin nousijoita ja laskijoita taulukoihin, jois-sa Talvivaara on mainittu muiden pörssiyritysten joukossa. Lisäksi tekstejä, joissa oli ainoastaan merkityksettömiä viittauksia Talvivaaraan, ei valittu lopulliseen aineistoon. Tutkimuksen lopulliseen empiiriseen aineistoon valikoitui 204 uutisartikkelia. Pyrin muokkaamaan aineiston sellaiseen muotoon, että se palvelisi tehtävää tutkimusta mah-dollisimman hyvin, ja että siitä voitaisiin löytää vastauksia sille asetettuihin kysymyk-siin. Taulukossa 1 esitellään empiirisen aineiston lajittelu.

Taulukko 1 Aineiston lajittelu

Vuosi	Uutinen	Artikkeli	Sijoituskommentti	Viittaus	Mielipidekirjoitus	YHT.
2005	-	1	-	-	-	1
2006	-	1	-	-	-	1
2007	-	2	-	1	-	3
2008	1	2	-	3	-	6
2009	-	1	3	4	-	8
2010	10	3	2	4	-	19
2011	12	9	3	5	-	29
2012	40	26	4	6	-	76
2013	29	24	4	3	1	61
YHT.	92	69	16	26	1	204

Aineisto on lajiteltu vuosittain (2005–2013) ja eri osioittain. Uutisiksi ovat luokiteltu lyhyet uutiset, jotka ovat alle sivun mittaisia lyhyehköjä kirjoituksia Talvivaarasta. Sen sijaan artikkeleiksi on lajiteltu kaikki yli sivun mittaiset Talvivaaraa käsittelevät tekstit. Sijoituskommentit ovat nimensä mukaisesti lyhyitä sijoituksiin liittyviä kommentteja. Yksittäisten kommenttien lisäksi sijoitusteksteissä esiintyi usein kattavaa kuvailua Talvivaaran toiminnasta ja sen hetkisestä tilanteesta. Joissakin teksteissä pohdittiin myös syitä ja seurauksia tapahtumille. Viittauksiksi on luokiteltu ne tekstit, joissa viitataan Talvivaaraan toisen asian käsittelyn yhteydessä. Osassa teksteissä viittaus on ainoastaan yksittäinen lause, mutta monissa kirjoituksissa viittauksen jälkeen keskitytään syvällisemmin Talvivaaran tapahtumiin. Melko yllättävä havainto on se, ettei mielipidekirjoituksia löytynyt kuin yksi kappale koko tarkasteluajanjaksolta.

4.3 Median rooli ja mediatekstit tutkimuskohteena

Tutkimuksen empiirinen aineisto koostuu mediateksteistä eli luonnollisesti median rooli on tutkimuksessani vahvasti läsnä. Medialla on merkittävä asema yhteiskunnassa sekä informaation tuottajana ja välittäjänä. Nykypäivänä median ei koeta olevan ainoastaan tiedon tuottaja ja välittäjä, vaan se nähdään yhä vahvemmin aktiivisena toimijana, joka osallistuu yleisten mielipiteiden muokkaamiseen ja antaa tiettyjä merkityksiä käsitellyille asioille. Tätä tehtävää varten media tarjoaa eräänlaisen näyttämön, jolla julkista keskustelua käydään. Näyttämö nähdään areenana, jossa erilaiset näkemykset ja mielipiteet kamppailevat keskenään siitä, mikä näkemys nousee hallitsevaan asemaan ja mikä nä-

kökulma häviää keskustelusta jopa kokonaan. Medialla on valta korostaa tiettyjen asioiden näkyvyyttä toisten kustannuksella. (Juholin, 2004, 175; Wiio, 2006, 47.) Näyttämöllä tapahtuvat ja esitettävät tapahtumat määrittelevät hyvin pitkälle sen, mitä ihmisten tulisi ajatella eri asioista. Julkinen keskustelu ohjaa ihmisiä siihen, mikä kulloinkin on ihailtavaa, tärkeää, tuomittavaa tai hyväksyttävää. (Gamson & Lasch, 1983; Fairclough, 1992; Brummans, Putnam, Gray, Hanke, Lewicki & Wiethoff, 2008.)

Median ja yksittäisten journalistien jokapäiväiset valinnat ja päätökset rakentavat yhteiskuntaa jatkuvasti uudelleen luoden siitä erilaisia tulkintoja esittämässään mediateksteissä (Tuchman, 1978, 183). Tässä tutkimuksessa mediatekstejä käsitellään ja tutkitaan tekijöinä, jotka muokkaavat ja rakentavat yhteiskunnallista todellisuutta (Gamson, Crotea, Hoynes & Sasson, 1992). Tällä näkökulmalla on kuitenkin rajoitteensa. Mediatekstejä tulkittaessa tulee tiedostaa se, että jokainen teksti on usein vain yhden tai muutaman journalistin tuottamia näkemyksiä ja tulkintoja jostakin aiheesta. Journalistit tekevät jatkuvasti valintoja, miten he esittävät asiat eli mitä näkökulmia he haluavat korostaa ja mitä taas toisaalta jättää kertomatta (Karvonen, 1999, 79). Medialla on omat tavoitteensa ja velvollisuutensa tuottamiensa tekstien takana. Journalistit pyrkivät kommunikimaan yleisön kanssa mielenkiintoisella ja hyvän journalismin tapojen mukaisella tavalla, jotta he saavat myytyä edustamansa yrityksen tuotteita eli mediakirjoituksia (Lehtimäki & Kujala, 2015, 4). Tässäkin tutkimuksessa olisi luultavimmin saatu erilaisia tuloksia, mikäli aineisto olisi koostunut useammasta lehdestä, jotka olisivat edustaneet eri tahoja. Talouselämä-lehti keskittyy julkaisemaan uutisia yhteiskunnan talousasioista, joten moni muu näkökulma jää varmasti käsittelemättä.

Tässä tutkimuksessa median nähdään muokkaavan jatkuvasti yleistä mielikuvaa siitä, miten Talvivaaraa ja sen toimintaa käsitellään ja merkityksellistetään julkisessa keskustelussa. Kehysanalyysin avulla tutkitaan niitä merkityksellistämisen tapoja ja keinoja, joilla Talvivaara-uutisointia kehystetään.

4.4 Aineiston analyysi kehysanalyysin avulla

Aineiston analyysimenetelmänä käytetään kehysanalyysia, jonka Erving Goffman kehitti vuonna 1974 ja esitteli teoksessaan *Frame analysis: an essay on the organization*

of experience. Kehysanalyysia on käytetty paljon (sosiaali)psykologian, politiikan ja viime vuosina erityisesti poliittisen viestinnän tutkimuksissa. Muun muassa Entman (2008) ja McMenamin, Flynn, O'Malley ja Rafter (2011) ovat tutkineet vaaliuutisoinnin kehystämistä. Konkreettisen sovellettavuutensa vuoksi kehysanalyysia on käytetty hyvin laajalti muidenkin alojen tutkimuksessa.

Goffmanin (1974) mukaan kehystamisellä tarkoitetaan asioiden ja tapahtumien käsittämistä sekä tietyn tilanteen luonteen ymmärtämistä eli tilannemääritelmän luomista. Kehykset vastaavat kysymyksiin ”mitä juuri nyt tapahtuu?” ja ”mikä on tilanteen määritelmä?”. Goffmanin mukaan kehystäminen pyrkii jäsentämään kokemuksia ymmärrettävällä tavalla. Kehys toimii siis asioiden tulkintakehikkona ja kokemusten jäsentäjänä. Samansuuntaisesti Gamson ja Modigliani (1989) kokevat kehystamisellä olevan keskeinen rooli tapahtumien merkitysten ymmärtämisessä ja tilanteen määrittämisessä. Merkityksen luomisesta ja ymmärtämisestä puhuvat myös Bertolotti ja Catellani (2014).

Entman (1993) puolestaan näkee kehystämisen pääajatuksena sen, että todellisuudesta valitaan joitakin näkemyksiä, joita suositaan ja tuodaan muita puolia vahvemmin esille. Entmanin ajatuksen mukaan sosiaaliset toimijat ja media valitsevat vain murto-osan kaikesta saatavilla olevasta tiedosta. Ne korostavat esityksissään vain jotakin tiettyä valittua osaa ja jättävät jotakin muuta huomioimatta.

Tversky ja Kahneman (1981, 453) korostavat päätöksentekijän roolia määritellessään kehyksen käsitettä. Heidän mukaansa päätöksentekijällä on jo ”valmis” kehys mielessään, kun jotakin asiaa tulkitaan. Meillä jokaisella on normit, arvot ja tavat, jotka olemme omaksuneet osaksi ajatusmaailmaamme. Tverskyn ja Kahnemanin (1981) mukaan nämä jo aiemmin omaksutut, kokemuseräisesti syntyneet mallit ja rakenteet vaikuttavat kehyksen muodostumiseen. He kuitenkin lisäävät, että myös tulkittavan asian muotoilu eli esimerkiksi se, miten media esittää asiat, vaikuttaa päätöksentekijän muodostamaan kehykseen.

Entman (1991, 7) puoltaa myös tätä ajattelutapaa kehysten luonteen kaksitasoisuudesta. Toisaalta ne ovat ilmentymiä ihmisten mieliin talletetuista rakenteista ja periaatteista,

mutta ne voidaan nähdä myös median ja uutistekstien luomina tulkintamalleina. Juuri tästä syystä kehystutkimusta onkin kuvattu kaksinaiseksi. Se voi olla kiinnostunut sekä itse tekstin kehyksistä että ihmisten mielissä jo valmiiksi olevista kehyksistä (Borah 2011). Kehysanalyysin avulla voidaan myös tutkia sekä toimittajien eli tekstin luojien että vastaanottajien eli tekstin tulkitsijoiden kehyksiä. Olen rajannut tekstien vastaanottajat pois tutkimuksestani, sillä olen kiinnostunut nimenomaan toimittajien luomista kehyksistä.

Monet eri tutkijat ovat määritelleet kehyksen käsitettä luoden siitä joukon erilaisia tulkintoja. Näitä kaikkia määritelmiä yhdistää kuitenkin se, että kehys koetaan tiedon jäsentäjäksi. Informaatiota on nykyään tarjolla valtavan paljon, ja kehykset auttavat jäsentämään tietoa sekä luomaan rakennetta ja suuntaa toisinaan hyvinkin sekavaan maailmaan. Kehyksen avulla tiedosta tulee ymmärrettävää ja yksinkertaisempaa. Tiedon vastaanottajat ymmärtävät tällöin paremmin, mistä tietyissä tapahtumissa, tilanteissa ja ilmiöissä on kyse.

Tässä tutkimuksessa käsitän kehyksen Goffmanin (1974) ja Entmanin (1993) määritelmien mukaisesti. Goffmanin (1974) määritelmän mukaan kehyksen avulla selvitetään tilannemääritelmä eli mitä on tapahtunut. Entmanin (1993) määritelmän mukaisesti ymmärrän kehyksen tiedon esittämistapana, jossa on valittu tiettyjä näkemyksiä, joita suositaan ja korostetaan vahvasti. Kyse on siis siitä, miten ja minkälaisessa kehyksessä tapahtumat halutaan esittää (Wiio, 2006, 58). Julkisessa keskustelussa jokin kehys/kehykset saavuttavat usein hallitsevan aseman ja nousevat määräävään asemaan. Median valitsemat ja esittämät tulkintakehykset jättävät usein jonkin näkökulman vähäisemmälle huomiolle tai jopa kokonaan huomiotta (Gitlin, 1980). Tutkimuksessani paneudun siihen, millaisin kehyksin *Talouselämä*-lehti kehystää *Talvivaaran* toimintaa ja mitä erityisesti painotetaan. Lisäksi pohdin, jätetäänkö jotain kenties keskustelun ulkopuolelle.

Alla on esitettyä tutkimukseni kehysanalyysin eteneminen.

1. Talvivaaran kuvailun kartoittaminen aineistosta

- Mitä aineistossa esitetään Talvivaarasta? Miten Talvivaarasta puhutaan?

2. Talvivaaran kuvailun jäsentäminen

- Aineistosta eriteltyjen kuvailujen luokittelu.

3. Talvivaaran kuvailujen tulkinta

- Jäsennetyn aineiston tulkinta ja kehysten muodostaminen.

4. Kehysten ominaisuuksien ja sisällön tulkinta

- Ominaisuuksien erittely kehyksittäin.

5. Kehysten vaikutusten pohtiminen

- Miten tietyn kehyksen omaksuminen vaikuttaa Talvivaaran maineeseen vastuullisena toimijana?

Kehyksen käsite on oiva ja paljon käytetty työkalu mediatutkimuksen parissa. Kehysanalyysin avulla tutkimusaineistoa voidaan lähestyä kahdella tavalla. Gamsonin ja Laschin (1983) sekä Gamsonin ja Modiglianin (1989) mukaan kehysanalyysin avulla voidaan tutkia 1) tapoja, joilla kuvataan jotakin tapahtumaa ja tarkastella 2) keinoja, joilla selitetään tai perustellaan tapahtumaa. Gamson ja Lasch (1983) esittävät, että kehystämisen tapoihin kuuluvat *metaforat*, *esimerkit*, *iskulauseet* ja *kuvailut*. Visuaaliset kuvat ovat myös yksi keino kuvata tapahtumaa, mutta ne olen jättänyt tutkimukseni ulkopuolelle, sillä tarkoitus on tutkia nimenomaan kirjoitettua tekstiä. Kehystämisen keinoina hyödynnetään teksteissä esiintyviä *syitä ja taustaoletuksia tapahtumalle, seurauksia ja moraalisia väittämiä*. Entmanin (1993) mukaan aineistolta voitaisiin kysyä 1) mikä määrittänyt tekstissä ongelmaksi, 2) mikä muodostuu ongelman syyksi, 3) mitä moraalisia päätelmiä tehdään ja 4) mitä ehdotetaan ratkaisuksi. Nämä kysymykset helpottavat hahmottamaan keinoja, joilla perustellaan ja selitetään tapahtumaa.

Tässä tutkimuksessa on hyödynnetty Gamsonin ja Laschin (1983), Gamsonin ja Modiglianin (1989) sekä Entmanin (1993) tapaa lähestyä tutkittavaa aineistoa. Gamsonin ja

Laschin (1983) luoman matriisitaulukon (”signature matrix”) pohjalta on luotu oma versio (taulukko 2), johon on laadittu edellä esitettyjä kehystämisen tapoja ja keinoja, joihin pyritään löytämään vastauksia Talvivaaraa koskevasta uutisaineistosta. Taulukko koostuu kahdeksasta eri ulottuvuudesta, jotka ovat 1) *näkökulma*, 2) *esimerkit*, 3) *iskulauseet*, 4) *kuvailut*, 5) *perusongelma*, 6) *ongelman syy*, 7) *seuraukset* ja 8) *väättämät*. Näiden ulottuvuuksien lisäksi taulukkoon on lisätty Pekka Perän rooli, sillä jokainen kehys loi erilaisen mielikuvan kaivosyhtiön keulahahmosta ja perustajasta.

Kehysten muodostamisen jälkeen pohdin, millaisen mielikuvan kukin kehys luo Talvivaaran toiminnasta. Pohdinnassa painotetaan vastuullisen liiketoiminnan näkökulmaa eli arvioidaan tietyn kehyksen omaksumisen vaikutuksia Talvivaaran maineeseen vastuullisena toimijana.

5 TALVIVAARA-KESKUSTELUN KEHYSTÄMINEN

5.1 Talvivaara-uutisointi ja kehykset

Talvivaara-uutisoinnin analysoinnissa keskitytään Talouselämä-lehden tuottamiin mediateksteihin, joita on kerätty yli 200 kappaletta tätä tutkimusta varten. Jotta Talouselämän mediatekstien tavoista käsitellä ja kehystää Talvivaaraa ja sen toimintaa saataisiin mahdollisimman laaja käsitys, on uutisartikkeleista poimittu suoria sitaatteja vahvistamaan omaa analyysiani. Katkelmien perässä on kirjainpari TE, joka on lyhenne Talouselämä-lehdestä sekä numero, jolla viitataan tiettyyn artikkeliin. Kaikki artikkelit on numeroitu ja luetteloitu tutkielman liitteet-osiossa.

Aineiston alkuvaiheessa huomio kiinnittyi hyvinkin positiiviseen kerrontatapaan Talvivaarasta ja sen toiminnasta. Talvivaarasta luotiin suurta ihmettä, ja kaikki tuntuivat olevan innoissaan, jopa hurmioituneita Talvivaarasta.

”Alun perin hyvältä näyttänyt idea osoittautui aivan erinomaiseksi [...]. Ajoitus ei olisi voinut olla parempi. Kaivosyhtiön onni ja menestys vetävät hiljaiseksi jopa hankkeessa mukana olleet.” (TE4, 24.8.2007)

”Maa täynnä aarteita” (TE8, 12.9.2008)

”Tuhannet suomalaiset sijoittaneet heti Talvivaaraan” (TE12, 11.6.2009)

”Kaivos on miljonääritehdas” (TE30, 10.11.2010)

Positiivinen kerrontatapa jatkui hyvin pitkään. Jopa ensimmäisten ongelmien ilmestytessä jo vuonna 2009 ja niiden jatkuessa vuoteen 2010 kerronta pysyi edelleen positiivisena ja korosti Talvivaaran suurta merkitystä koko yhteiskunnalle. Ongelmista kyllä kerrottiin, mutta niille löydettiin uskottavia selityksiä. Aineiston alkuvaihe täyttyi Talvivaaran suurista suunnitelmista ja lupauksista, joihin uskottiin ja luotettiin. Artikkelit keskittyivät lähinnä Talvivaaran positiivisiin tulevaisuuden näkymiin.

”Talvivaaran kohdalla pelin henki on kuitenkin se, että kyseessä on uutta - joskin toimivaksi todettua - teknologiaa käyttävä yhtiö, joka kuumeisesti ajaa tuotantoaan ylös. Lastentauteja on tällaisessa projektissa lähes mahdoton välttää.” (TE21, 6.5.2010)

*”Talvivaara saattaa kuitenkin jo tänä vuonna päättää, lähtee se hake-
maan lupia oman nikkelijalostamon rakentamiseen. Kyseessä olisi merkit-
tävä investointi, sillä jalostamo maksaa noin 200–250 miljoonaa euroa.”*
(TE35, 20.1.2011)

”Talvivaara voisi lisäksi rakentaa omaa energiantuotantoa.” (TE36,
21.1.2011)

Vuonna 2011 Talouselämän uutisartikkeleissa oli kuitenkin havaittavissa selkeä muutos suhtautumisessa Talvivaaran harjoittamaan kaivostoimintaan. Yhtiön toimintaa varjos-
tivat tuotantoennustemäärien alentamiset sekä nikkelin hinnan lasku, jotka vaikuttivat
osakkeen arvoon merkittävästi. Eniten negatiivista huomiota saivat kaivostoiminnan
jatkuvat ympäristöongelmat ja -vaikutukset. Lopullinen niitti yhtiölle oli massiivinen
kipsisakka-altaan vuoto, josta puhuttiin *”vuotosotkuna”* (TE100, 5.11.2012), *”vuoto-
skandaalina”* (TE116, 8.11.2012) ja *”traagisena tapauksena”* (TE134, 16.11.2012).
Vuoden 2011 suhtautumismuutoksen jälkeen Talouselämän uutisartikkelit Talvivaarasta
ovat olleet melko synkkää luettavaa aina vuoden 2013 yrityssaneerauspäätökseen saak-
ka. Artikkeleissa korostui suuri pettymys yhtiön toimintaan sekä ärtymys yhtiön suuriin
puheisiin ja katteettomiin lupauksiin.

*”Sitä mukaan kun lyhyen ajan talous on näyttänyt aina vaan karmeam-
malta, Talvivaara on kaivanut esiin optimistisempia arvioita sen hallussa
olevista malmivarannoista. Malmia varmasti riittää vuosikymmeniksi. Sii-
tä ei kuitenkaan ole varmuutta kuka sen kaivaa vai kaivaako kukaan.”*
(TE154, 14.2.2013)

*”Kaivosyhtiö Talvivaara kertoi tänään hakeutuvansa yrityssaneeraukseen
ja aloittavansa henkilöstönsä kanssa yt-neuvottelut. Talvivaaran toimitus-
johtaja Pekka Perä uskoo kuitenkin vakaasti, että kyseessä on vain olosuh-
teista johtuva tilapäinen kuoppa. ”Talvivaara-operaatio ei ole ikinä ollut
niin hyvässä kunnossa kuin nyt”, Perä vakuutteli.”* (TE201, 15.11.2013)

Huomattavaa oli kuitenkin se, että Suomen kansan usko Talvivaaraan pysyi sitkeästi,
jota kuvattiin usein osakkeiden omistuksen määrällä.

*”Talvivaaralla on peräti 40 000 osakasta, jotka omistavat alle 1 000 yhti-
ön osaketta. Kansa on tykännyt kainuulaisella työllä nousseesta kaivosyh-
tiöstä jätevesiongelmista huolimatta.”* (TE157, 23.2.2013)

*”Miksi viidessä kuukaudessa viisituhatta suomalaista on ryhtynyt Talvi-
vaaran osakkaaksi? Yhtiöllä on sekä ympäristö- että tuotanto-ongelmia,
joista edelliset aiheuttavat jälkimmäisiä.”* (TE159, 8.3.2013)

Talvivaaran toiminnasta on aineiston pohjalta hahmoteltu neljä eri kehystä, jotka ovat 1) *investoinnin kehys*, 2) *luottamuksen kehys*, 3) *riskin kehys* ja 4) *kiistan kehys*. Nämä neljä kehystä ovat aineiston hallitsevat kehykset. Lisäksi keskustelu kohdistui usein Talvivaaran perustajaan Pekka Perään. En koe, että keskustelua olisi ollut riittävästi, jotta voisin käsitellä sitä aineistoa hallitsevana kehyksenä tai ylipäänsä kehyksenä. Aion kuitenkin esitellä lyhyesti sitä, millainen rooli Pekka Perälle muodostui näissä neljässä hallitsevassa kehyksessä. Jokainen kehys loi tietynlaisen roolin ja aseman Pekka Perälle. Mielenkiintoinen huomio on se, että usein Talvivaaran toiminta henkilöityi Pekka Perään sekä hyvässä että huonossa. Perän asema jakaantuukin kahteen erilaiseen rooliin: *koko Suomen sankari* ja *epäonnistunut petturi*.

Talouselämän kirjoituksissa esiintyvien kehysten ajallisuus ei ole täysin kronologinen. Keskustelu käynnistyi selvästi investoinnin kehyksellä, jonka rinnalla kulki luottamuksen kehys. Näissä kahdessa kehyksessä Perä näyttäytyi eräänlaisena sankarina sekä esimerkillisenä ja karismaattisena johtajana. Pian näiden kahden kehyksen lisäksi keskusteluun nousi riskin kehys, kun toiminta alkoi saada osakseen epäilyä. Riskin kehyksessä Pekka Perä esitettiin epäluotettavana toimijana ja Perä petturina -rooli syrjäytti sankari -roolin. Vahvat epäilyt kärjistyivät voimakkaaseen vastarintaan, jolloin kiistan kehys näyttäytyi aineistossa. Kiistan kehyksen hallitessa keskustelua Pekka Perän asema heikenee entisestään ja hänet koetaan epäonnistuneena petturina.

Investoinnin kehys esiintyi hyvin vahvasti aineiston alkuvaiheilla, mutta sen jälkeen kehys ilmeni ainoastaan silloin tällöin yksittäisissä teksteissä. Investoinnin kehys vaihtui luottamuksen kehykseksi, joka sai puolestaan hieman väistyä hallitsevasta asemastaan, kun riskin ja kiistan kehykset nousivat keskusteluun. Luottamuksen kehys oli tosin läsnä lähes koko aineiston läpi, sillä vaikeuksistaan huolimatta Talvivaara säilytti pitkään Suomen kansan ja muidenkin tahojen luottamuksen. Myös riskin kehys esiintyi aineistossa hyvin pitkään. Luottamuksen ja riskin kehykset olivat vallalla hyvin samanaikaisesti. Voidaankin sanoa, että luottamuksen ja riskin kehykset kävivät ikään kuin vuoropuhelua tai jopa taistelua keskenään. Kehykset eivät siis varsinaisesti esiintyneet täysin peräkkäin tai väistyneet toistensa tieltä yksi kerrallaan, vaan ilmenivät hyvin usein samanaikaisesti ja jopa samankin tekstin sisällä.

	INVESTOINNIN KEHYS	LUOTTAMUKSEN KEHYS	RISKIN KEHYS	KIISTAN KEHYS
Näkökulma	Mittava investointi Suomeen, kaivosteollisuuden uusi alku Suomessa	Koko kansan Talvivaara, luottamus yhtiön toimintaan, usko Suomen kaivosteollisuuteen	Epäily kestävästä kaivostoiminnasta, yhtiö nähdään taivaanrannan maalarina	Eri toimijoiden väliset ristiriidat, politiikka, ympäristöongelmat
Esimerkit	Investoinnin välittömät ja välilliset hyödyt ja vaikutukset yhteiskunnalle	Suomen kansan vahva usko, osakkeiden osto koko toiminnan ajan -> kansanosake	Riskiskenaariot, uhkakuvat, osakkeen jatkuvat arvon heilahtelut	Mielenosoitukset, oikeudenkäynti, valitukset
Iskulauseet	Nikkeliä Kainuun työttömille, kaivaminen kannattaa taas, maa täynnä aarteita	Kaikki tykkäävät Talvivaarasta, nikkelikuume on vallannut suomalaiset, kansa rakastui Talvivaaraan	Karta Talvivaaraa, Talvivaara loi kaivoskammon, Talvivaarasta tulee pahan kierre	Mielenosoitus tahdittaa Talvivaaran yhtiökokousta, Talvivaara ministerinokittelun keskiöön
Kuvailut	Suurinvestointi, Suomen suurin kaivoshanke, Euroopan suurin hyödyntämätön nikkeliensiintymä	Kaivosbuumi, kansallisvarallisuus, menestystarina, kansanosake, kansallisikoni	Riskipitoinen kaivosyhtiö, skandaalien ryvettämä, kovan onnen kaivosyhtiö Talvivaara, pieni, nuori ja kokematon	Ministerikiista, poliittisen pelin välikappale, päästökatastrofi, vuotuskandaali, päästösotku
Perusongelma	Talvivaaran toiminnan epäilijät ja vastustajat	Yhtiön toiminnan riskeistä puhutaan liikaa ja keskitytään vain virheisiin ja aiheutettuihin vahinkoihin	Pieleen menneet tuotantotavoitteet ja tulevaisuuden ennusteet, liiallinen riskinotto, suuret puheet ja lupaukset	Talvivaaran kannattajat vs vastustajat, politiikan suuri rooli
Ongelman syy	Vastustajien tietämättömyys -> ei ole syytä vastustaa, kaikki luvat kunnossa eikä toiminta ole haitallista ympäristölle	Negatiivista keskustelua luovat tahot, jotka ylireagoivat ja aiheuttavat turhaa spekulointia	Talvivaaran toiminta ei ole vielä päässyt kunnolla vauhtiin, kaivosta ja prosesseja vasta käynnistellään	Eri tahojen eriävät näkemykset, politiikka
Seuraukset	Kaivosyhtiön vastustajat vaarantavat suuren investoinnin ja sen valtavat hyödyt jäävät saamatta	Turhien uhkakuvien ja draaman luominen, Talvivaaran toiminnan mustamaalaaminen	Toiminnan onnistumisen epäily, huono vaikutus koko kaivosalan maineeseen	Jännitteitä ja tulehtuneita välejä eri toimijoiden välille -> kiista
Väittämät	Suomi tarvitsee lisää investointeja ja sillä on mahdollisuus olla Euroopan johtava kaivosmaa	Liiallinen keskustelu (olemattomista) riskeistä on turhaa ja se on lopetettava	Riskien vähättely on väärin ja edesvastuutonta eikä turhan suuria lupauksia tule antaa	Talvivaaran kaivos tuhoaa ympäristön vs Talvivaaran toiminta ei aiheuta vahinkoa ympäristölle
Pekka Perän rooli	Koko Suomen sankari ja pelastaja	Karismaattinen johtaja ja rohkea yrittäjä	Luottamuksen menettänyt toimija	Toiminnassaan epäonnistunut petturi

5.2 Investoinnin kehys

Investoinnin kehyksessä Talvivaara nähdään suurena ja merkittävänä suomalaisena investointina, jolla on mittavat positiiviset hyödyt ja vaikutukset yhteiskuntaan. Aineiston alkuvaiheessa käytettiin paljon investoinnin kehystä, jolloin Talvivaaran toimintaa vasta aloitettiin pikkuhiljaa. Investoinnin kehystä käytettiin selkeästi eniten silloin, kun haluttiin saada ihmisten tietoon ajankohtaista faktatietoa Talvivaarasta ja sen toiminnasta. Investoinnin kehysten käyttö painottui siis hyvin vahvasti tarkasteltavan aikajakson alkupään teksteihin, mutta myös myöhemmin kaivoksen toiminnan käynnistyttyä ja ensimmäisten ongelmien saavuttua investoinnin kehystä käytettiin ikään kuin muistutamaan siitä, kuinka merkittävä projekti Talvivaara on sekä Kainuulle että muulle yhteiskunnalle.

Talvivaaran investoinnista puhuttiin paljon ja sen suuruutta korostettiin eri keinoin. Välillä investointi pilkottiin numeroiksi ja välillä sitä kuvailtiin sanallisesti. Investoinnin merkittävyyttä mitattiin Suomen, Euroopan ja koko maailman mittapuulla.

”Viimeksi nytkähti eteenpäin Sotkamon jättimäinen nikkelikaivoshanke. Avolouhoksen käynnistäminen maksaa hulppeat 300 milj. euroa.”
(TE1, 26.8.2005)

”Talvivaaran alueella on Euroopan suurin hyödyntämätön sulfidinen nikkeliesiintymä, josta irtoaisi 30 000 tonnia nikkeliä vuodessa, lähes kolme prosenttia maailman vuosittaisesta nikkelin tarpeesta.”
(TE1, 26.8.2005)

”Suomen suurin kaivoshanke[...].” (TE2, 24.8.2006)

”Maailman suurimman nikkeliesiintymän ympärille rakennettu kaivos [...]” (TE11, 4.3.2009)

Aineisto korosti investoinnin ainutlaatuisuutta ja painotti sen kotimaisuutta. Useassa uutisartikkelissa puhuttiin *kansallisvarallisuudesta* (TE25, 7.10.2010 ja TE28, 2.11.2010) ja *supisuomalaisesta Talvivaarasta* (TE135, 18.11.2012). Talvivaara esitetään myös eräänlaisena kansanyhtiönä, sillä aineistossa painotettiin osakkeenomistajien olevan pääosin *aivan tavallisia suomalaisia* (TE30, 10.11.2010). Investoinnin kehysesestä heijastui ajattelutapa Talvivaarasta koko Suomen pelastajana. Aineisto käsittelee Talvivaaraa rohkeana riskinottajana ja kannustavana suunnannäyttäjänä muille yrityksille.

Talvivaara näyttää omalla esimerkillään, miten mahdollisuuksiin ja unelmiin pitää tarttua rohkeasti ja ennakkoluulottomasti.

”Ja lisää kaivoksia on luvassa, mutta ulkomaisten toimesta. Poikkeus on vain Talvivaara.” (TE26, 8.10.2010)

”Kaivosyhtiö Talvivaara investoi kotimaahan noin 76 prosenttia liikevaihdostaan - suhteellisesti enemmän kuin mikään muu Talouselämä 500-yritys.” (TE44, 2.6.2011)

”Kaivosteollisuus ei kiinnostanut Suomessa ketään ennen Talvivaaraa.” (TE83, 10.5.2012)

”Korpimaille tuli uutta draivia ja esimerkki siitä, että maailmassa on mahdollisuuksia.” (TE22, 17.6.2010)

”Talvivaara on esimerkki siitä, että ison, riskipitoisen hankkeen voi toteuttaa Suomessakin oikealla tavalla [...]” (TE29, 4.11.2010)

Talvivaara nähtiin itsessään jo merkittävää taloudellista hyötyä tuottavana investointina, mutta myös houkuttimena ulkomaisten kaivosyhtiöiden halukkuudelle investoida Suomeen. Jo alkutaipaleellaan Talvivaara joutui käräjille Outokummun kanssa sopimuskiistojen vuoksi, jolloin tilanne nähtiin ikävänä koko Suomen kannalta.

”Hankaluudet voivat vähentää ulkomaisten kaivosjättien intoa investoida Suomeen [...]” (TE2, 24.8.2006)

Investoinnin kehys tarkasteli Talvivaaran investoinnin vaikutuksia sekä taloudellisella että sosiaalisella tasolla. Taloudellisella tasolla tarkasteltiin taloudellisten hyötyjen tuottamista omistajille sekä yhteiskunnalle.

”Kaivoksen rakentaminen työllisti tuhansia ihmisiä. Nyt töitä paiskii Talvivaarassa yli 300 ammattilaista. Valtio ja Sotkamon kunta saavat verotuloja.” (TE22, 17.6.2010)

”Toimivan kaivoksen liikevaihto olisi miljardi euroa vuodessa, josta tulosta kertyisi joidenkin arvioiden mukaan 80 miljoonaa euroa vuodessa. Kaivoksen toiminta jatkuisi jopa 25 vuotta.” (TE2, 24.8.2006)

Sosiaalinen näkökulma painotti kaivoksen merkittäviä vaikutuksia Suomen kaivosteollisuuden imagolle ja Kainuun maakunnan pahaan työttömyyteen. Lisäksi aineistossa tuo-

daan esille Talvivaaran positiiviset vaikutukset muihin toimialoihin yhteistyökumppaniensa ja alihankkijoidensa kautta.

”Kaivaminen kannattaa taas. Suomen onneksi malmit ja kaivokset ovat siellä, missä on vähän ihmisiä ja paha työttömyys. [...] suomalainen kaivosklusteri viriää Talvivaaran hankkeen vetämänä uudelleen.”
(TE1, 26.8.2005)

”Työttömyyden piinaamalle Kainuun alueelle kaivos toisi satoja uusia työpaikkoja.” (TE1, 26.8.2005)

”Kainuun maakunnalle Talvivaaran kaltaiset hankkeet ovat kultaakin kalliimpaa. Talvivaaran kaivoksen 600 miljoonan euron investointien on laskettu tuovan kuntaan jopa neljäsataa pysyvää työpaikkaa. Kaivoksen kerennaisvaikutukset voivat olla kolminkertaiset.” (TE4, 24.8.2007)

”Räjähdeyhtiö Forcitin saama tilaus Talvivaaran nikkeli-kaivoksesta on yhtiölle – niin, varsinainen jymypaukku. Tilaus on yhtiön historian suurin, ja yhtiön historia alkaa sentään vuodesta 1893. Seitsemän vuoden mittainen sopimus on Suomen mittakaavassa valtava. Sopimus työllistää forcitlaisia sadan miestyövuoden verran. Sopimus synnyttää uusia työpaikkoja, mutta edellyttää myös huomattavia investointeja.”
(TE5, 17.12.2007)

”Sorayhtiön liikevaihto oli huhtikuussa 2010 päättyneellä tilikaudella 4,3 miljoonaa euroa [...]. Vuotta aiemmin liikevaihto oli yli seitsemän miljoonaa euroa. Huippuvuosi perustui Talvivaaran kaivoksen rakentamiseen. Sotkamon Sora ja Sepeli alihankkijoineen toimitti kaivosyhtiölle hiekkaa.”
(TE42, 27.5.2011)

5.3 Luottamuksen kehys

Aineiston alkuvaiheilla vallitsi vahva luottamus Talvivaaraan ja sen toimintaan. Suomen kansa, poliitikot, sijoittajat sekä asiantuntijat uskoivat ja luottivat Talvivaaraan. Hyvin nopeasti yhtiö saavutti koko kansan suosikin aseman eikä toiminnan epäilijöitä aineistossa juuri esiintynyt. Investoinnin kehysten rinnalle nousi luottamuksen kehys.

”[...] ensimmäisen kolmen viikon aikana Talvivaara sai yli 5 600 uutta omistajaa.” (TE12, 11.6.2009)

”Eniten omistajamääriä tänä vuonna kasvattaneiden yritysten joukossa ovat Fortum, Outokumpu ja Talvivaaran Kaivososakeyhtiö. Sähkö, teräs ja nikkeli kestävät suomalaissijoittajien mielestä levottomien aikojen vaihtelut.” (TE18, 20.10.2010)

”Ministeri Mauri Pekkarinen (kesk.) kertoi torstaina sen, mitä monet tässä maassa ovat odottaneet jo kauan: valtio haluaa palata kaivosalalle perustamalla oman yhtiön.” (TE26, 8.10.2010)

”Talvivaaraa nostaa Numis Securitiesin suositus. Numisin analyytikot nostivat kaivosyhtiön suosituksen tasolle ”lisää”, kun aikaisempi suositus oli ”pidä.” (TE46, 22.7.2011)

”Näkemyksemme mukaan Talvivaara on hyvä sijoitus pitkällä aikavälillä ja sopii hyvin Solidiumille. Uskomme Suomen kaivosklusterin positiiviseen kehitykseen tulevaisuudessa, ja Suomella on mahdollisuus olla Euroopan johtava kaivosmaa.” Solidiumin toimitusjohtaja Kari Järvinen kommentoi.” (TE47, 11.8.2011)

Talvivaaran ongelmien astuessa kehiin luottamuksen kehys hieman heikkeni, mutta oli edelleen havaittavissa. Suurista vaikeuksistaan huolimatta Talvivaara onnistui säilyttämään monien eri tahojen luottamuksen. Välillä luottamuksen kehys ilmeni jopa tilanteissa, joissa Talvivaarasta puhuttiin ivalliseen tai negatiiviseen sävyyn sekä silloin, kun yhtiön tilanne oli erityisen heikko. Luottamuksen kehys toimi investoinnin kehysten tapaan eräänlaisena muistuttajana Talvivaaran aikaansaannoksista. Kehys painotti myös yhtiön valtavia hyötyjä ja vaikutuksia sekä tulevaisuuden potentiaalia.

”Onko Talvivaara taivaanrannan maalari? Kaivosyhtiö kertoi torstaina, että yhtiön tämän vuoden nikkelituotanto on 5 000–8 000 tonnia vähemmän kuin aiemmin arvioitiin. [...] Mutta on tässä välissä Talvivaaralta tullut monta positiivistakin viestiä. Pitkän aikavälin näkymät ovat loistavat.” (TE40, 8.4.2011)

”Talvivaaran Kaivososakeyhtiön nikkelikaivos sijaitsee Sotkamossa, Suomen-neidon lanteiden seutuvilla. Kun kaivosta lähestyy Kajaanin suunnasta, tienvarsikyltit sopivat hyvin Talvivaaran ympärillä velloneeseen tunnelmaan. Ennen Talvivaaraa on ohitettava Parkua ja Tuhkakylä. Monen osakkeenomistajan on ehkä tehnyt mieli parkua ja ripotella tuhkaakin, sillä yhtiön osakkeen arvo on laskenut tänä vuonna liki 70 prosenttia [...]. Alamäki ei ole karkottanut sijoittajia. Yhtiö sai lokakuussa 2 411 uutta omistajaa ja nousi Suomen kymmenenneksi eniten omistetuksi osakkeeksi.” (TE58, 1.12.2011)

”Vaikka Talvivaara on viime aikoina kohdannut useita merkittäviä haasteita, [...] hallitus suhtautuu luottavaisesti Talvivaaran mahdollisuuksiin pitkällä aikavälillä.” (TE152, 14.2.2013)

”Talvivaaran tilanne on erittäin vakava. Jos rahoituksesta ei löydy sopua, yhtiö joutuu harkitsemaan yrityssaneerausta tai konkurssia. ”Talvivaara on merkittävä työllistäjä sekä suoraan että välillisesti. Yhtiöllä on iso alueellinen ja elinkeinopoliittinen merkitys. Tämän ohella yhtiön toiminnalla

on tunnettuja erittäin merkittäviä ympäristöllisiä ulottuvuuksia”, kommentoi elinkeinoministeri Jan Vapaavuori (kok). ” (TE191, 7.11.2013)

”Laskelma Talvivaaran hyödyistä ja haitoista - HS: Hyödyt 1,5 miljardia haittoja suuremmat. Talvivaara voi pilata elinkaarensa aikana ympäristöä miljardin euron arvosta - mutta hyödyttää yhteiskuntaa vielä enemmän.” (TE193, 8.11.2013)

Luottamuksen kehys esiintyi vielä aivan aineiston loppumetreilläkin, jolloin Talvivaara puhui ensimmäisen kerran konkurssin mahdollisuudesta. Vaikka yhtiön tulevaisuuden näkymiä ei aineiston loppupuolella esitetty kovinkaan valoisina, näyttäytyi eri tahojen usko ja luottamus teksteissä edelleen. Kaikesta huolimatta Talvivaara nähtiin suurena mahdollisuutena, ja kaivoksen alasajoa pidettiin silkkana typeryytenä. Aineistosta huokui usko siihen, että Talvivaara voidaan vielä pelastaa ja saada kannattavaksi toiminnaksi.

”Aalto Yliopiston professori Kari Heiskasen mielestä Talvivaaran kaivoksen vakavat suunnitteluvirheet voi vielä korjata jopa niin, että kaivoksesta tulee kannattava. Joka tapauksessa Talvivaara on pakko pelastaa, koska yhtiön konkurssi kasvattaisi ympäristöriskejä aivan liikaa. Talvivaaran päästäminen rahapulassaan konkurssiin olisi Heiskan mielestä iso virhe. Silloin bioliuotuskasojen kallis jälkihoito jäisi veronmaksajille.” (TE187, 4.11.2013)

”Luottamus nousee kohisten: Talvivaaran osake jo +80%. Sijoittajat näyttävät luottavan siihen, että Talvivaara selviää hengissä kohtalonhetkestään.” (TE188, 4.11.2013)

”Tuoreen kyselytutkimuksen mukaan suurin osa kainuulaisista pitää Talvivaaraa myönteisenä asiana maakunnalle [...] erityisesti talouden ja työllisyyden kannalta.” (TE189, 5.11.2013)

”SAK:n työ- ja elinkeinojohtaja Matti Tukiaisen mielestä yhtiön toiminnan turvaamiseksi on tehtävä nyt kaikki mahdollinen. ”Olisi järjetöntä jättää Talvivaaran arvokkaat malmivarat hyödyntämättä maamme ja erityisesti pohjoisen Suomen hyväksi”, Tukiainen sanoo. ” (TE200, 15.11.2013)

5.4 Riskin kehys

Investoinnin ja luottamuksen kehysten rinnalle nousi riskin kehys, jossa vallalla oli vahva epäily Talvivaaran kannattavasta toiminnasta. Heti aineiston alkuvaiheilla riskin kehys näyttäytyi ajoittain, mutta se jäi selvästi investoinnin ja luottamuksen kehysten

varjoon, jotka hallitsivat keskustelua. Alkuvaiheessa yhtiön suurimmaksi riskiksi koettiin yhtiön perustaja Pekka Perä.

”Talvivaara on vielä pitkälti yhden miehen show. Kaivoksen perustaja Pekka Perä omistaa 27,1 prosenttia yhtiön osakkeista ja johtaa yhtiön toimintaa. Perä-riippuvuus on riski.” (TE6, 6.3.2008)

Pikkuhiljaa riskin kehys alkoi saada enemmän näkyvyyttä, ja jo ennen aineiston keskivaihetta se nousi hallitsevaan asemaan. Riskin kehys loi epäilyjä ja erilaisia skenaarioita siitä, mitä tapahtuu, jos Talvivaaran suuret suunnitelmat epäonnistuvat. Riskin kehys muistutteli jatkuvasti siitä, että Talvivaaran toiminta on juuri vasta alkanut eikä takuita tulevasta ole. Muun muassa yhtiön käyttämä biokasaliuotusmenetelmä arvelutti monia, sillä se oli menetelmänä melko uusi ja hyvin vähän käytetty.

”Jo nyt ennen kuin tuotanto on täydessä vauhdissakaan yhtiö paikkaa kapasiteettitarvetta ja availee havaitsemiaan tuotantokapeikkoja. Osakeanti-tuottoja käytetään lisäksi ”yleisiin rahoitustarpeisiin, mikä lisää taloudellista joustavuutta”, kuten tiedote muotoilee. Toisin sanoen on hyvä varmistaa, että kassassa on rahaa kaikenlaisten tarpeiden varalta.” (TE14, 16.6.2009)

”[...] It-kuplan aikoihin kalleimpia saattoivat olla sellaisten yhtiöiden osakkeet, joilla ei ollut edes tuotetta valmiina. Tähän luokkaan lankeaa Talvivaara, joka on investoinut nikkelikaivokseen satoja miljoonia.” (TE16, 3.11.2009)

”Entä tuotannon ylösajon riskit? Onko rikkaita talvivaaralaisia tänä iltana yhtä monta kuin eilen?” (TE30, 10.11.2010)

”Edelleenkin Talvivaaran metallientalteenottolaitos ei sinkin ja nikkelin erotuksessa toimi täydellisesti. Pääasiassa Talvivaara keskittyykin edelleen prosessiensa trimmaamiseen.” (TE35, 20.1.2011)

Riskin kehyksessä ongelmaksi muodostuivat jatkuvasti pieleen menneet tuotantotavoitteet ja -ennusteet, jotka perustuivat ainoastaan yhtiön omiin arvioihin. Lisäksi Talvivaaran johdon suuret puheet ja lupaukset koettiin vaarallisina ja harhaanjohtavina.

”On vaarallista ennustaa Talvivaaran osakkeelle jatkuvaa kurssinousua. Näin yhtiön johto silti ounastelee.” (TE34, 19.1.2011)

”Onko Talvivaara taivaanrannan maalari? Kaivosyhtiö Talvivaara kertoi torstaina, että yhtiön tämän vuoden nikkelituotanto jää 22 000–28 000 tonniin. Se on 5 000 – 8 000 tonnia vähemmän kuin Talvivaara arvioi vie-

lä vähän aikaa sitten. [...] Jättiyllätys tuotantotavoitteen alentamisen ei olisi pitänyt olla. Viime keväänä Talvivaara teki saman tempun.” (TE40, 8.4.2011)

”Kaava näyttää olevan, että kun Talvivaara visioi kaukaista tulevaisuutta, maailma on ruusunpunainen. Lähitulevaisuus on sen sijaan täynnä sudenkuoppia.” (TE41, 28.4.2011)

”Yhtiö on siis alentanut tuotantotavoitetta kolmessa kuukaudessa kolmanneksen. Uusi tekniikka ja vehkeet vaativat toimiakseen aikaa ja vaivaa.” (TE45, 21.6.2011)

”Yhtiö ei ole kaihtanut julkistamasta suuria tavoitteita. Välillä puhutaan 50 000 tonnin tuotantotavoitteesta, välillä leijuu ilmassa 100 000 tonnin kaukotavoite.” (TE78, 17.4.2012)

Riskin kehys toimi ikään kuin jarruna kaivosyhtiöstä liiaksikin intoutuneille tahoille. Kehys pyrkii palauttamaan kaivoksen yli-innokkaat kannattajat takaisin todellisuuteen esittelemällä muun muassa yhtiön osakkeen arvon hurjaa vaihtelua, luomalla uhkakuvia Talvivaaran toiminnan jatkosta ja tuomalla yhtiöön liittyvät riskit ja ongelmat esille.

”Sijoittajan kannalta Talvivaara näyttää nyt arvalta. Jos viranomaiset eivät pane lappua yhtiön luukulle, nikkelin hinta ei romahda pitkäksi aikaa ja jos Talvivaaran rahoittajat pysyvät suosiollisina, osakkeen hinnassa on nousuvaraa. Jos riskit toteutuvat, osakkeen arvo romahtaa.” (TE58, 1.12.2011)

”Osakkeen kurssi on vuodessa pudonnut katastrofaalisesti. Kurssi on laskenut yli 60 prosenttia.” (TE86, 28.5.2012)

”Ensimmäinen suurempi pörssiyhtiö riskisemmästä päästä katsoen on alkuvuoden kurssivuoristorataa ajanut Talvivaara.” (TE93, 2.7.2012)

”Talvivaaralta on puuttunut ison kaivosyhtiön tuki, kokemus ja järjestelmät sekä toimivien kaivosten kassavirta. Yhtiöllä on ollut kamala hätä saada kaivos äkkiä pystyyn ja rahaa tuottamaan.” (TE119, 10.11.2012)

Riskin kehys näyttäytyi vahvasti myös aineiston keskivaiheilla, jolloin yhtiössä tapahtui kipsisakka-altaan massiivinen vuoto. Riskin kehys oli edelleen läsnä aineiston loppuvaiheillakin, jolloin pohdittiin, onko Talvivaaran toiminta vielä mahdollista kääntää kriisiyhtiöstä käänneyhtiöksi.

5.5 Kiistan kehys

Suuren kannatuksen ja kansansuosion lisäksi Talvivaara sai osakseen myös vahvaa vastarintaa. Kiistan kehys nousi hallitsevaan asemaan noin puolessa välin aineistoa, kun Talvivaaran ongelmat alkoivat saada laajempaa mediahuomiota. Tosin heti toisessa uutisartikkelissa kerrotaan Talvivaaran joutuneen käräjille Outokumpu Oy:n kanssa sopimusriitojen vuoksi. Lisäksi tekstissä muistutetaan, että *”suurhankkeen takana on torailtu jo kesästä 2005 saakka”* (TE2, 24.8.2006). Epäilyä ja vastustusta Talvivaaran toimintaa kohtaan esiintyi siis jo heti aineiston alkupuolella, mutta se ei ollut niin huomattavaa, että sitä voisi kutsua kiistaksi. Epäilyt olivat lähinnä uhkakuvien ja -skenaarioiden luomista ja ne sisältyivät riskin kehykseen.

Vuonna 2011 Talouselämän kerrontatapa muuttui selkeästi kohti negatiivisempaa sävyä, jolloin kiistan kehys nousi valloille. Kiistan kehys esiintyi usein poliittisena kiistana, jossa poliittiset tahot ottivat voimakkaasti kantaa kaivosyhtiön toimintaan. Myös Pekka Perä on osallisena kiistassa, joka kärjistyy Perän osalta jo uhkailuun. Perä kokee, että Talvivaara on joutunut tahtomattaan poliittisen kiistan pelinappulaksi ja julkisuuden silmätikuksi.

”Perä on suutahtanut siitä, että yhtiön ympäristöpäästöt on nostettu tikunnokkaan. Vihreä ympäristöministeri Ville Niinistö intoutui alkuviikosta muistuttamaan, että Talvivaaran nikkelikaivos voidaan lain nojalla sulkea, mikäli päästöt aiheuttavat peruuttamattomia haittoja. Perä panee nyt paremmaksi ja muistuttaa, että jos toimintaympäristö menee mahdottomaksi, yhtiön pitää harkita, mihin muualle jalostamoinvestointi voitaisiin tehdä.” (TE57, 17.11.2011)

”Elinkeinoministeri Jyrki Häkämies (kok.) kiiruhti rauhoittelemaan, että ympäristöongelmat ovat vakavia, mutta niiden suhteen on menty parempaan suuntaan.” (TE58, 1.12.2011)

”Pekka Perä ihmettelee blogikirjoituksessaan, miksi yhtiö on joutunut julkisuuden silmätikuksi. ”Vain Talvivaaraan kohdistuu ministeritasoa myöten lähes kaikki huomio”, Perä kirjoittaa.” (TE84, 16.5.2012)

”Perä on noitunut ympäristöministeri Ville Niinistön lausuntoja, joiden hän katsoo pudottaneen Talvivaaran osakekurssia ja aiheuttaneen taloudellisia menetyksiä osakkaille.” (TE86, 28.5.2012)

Usein kiista liittyi luontoon ja yhtiön toimintaympäristöön. Kiistan kehys esiintyi hyvin voimakkaasti hieman ennen kipsisakka-altaan massiivista vuotoa, jolloin myös muita ongelmia kuten ympäristölle haitallisia päästöjä ja lähivesistöjen pilaantumisia oli havaittavissa. Kiista kärjistyi lopulta kipsisakka-altaan vuodon myötä.

”Vihreät ministerit äänestivät torstaina valtioneuvostossa Talvivaaran uraanin talteenottoa vastaan. Lupa kuitenkin tuli. Vihreiden näkemyksen mukaan talteenotolle ei ole tällä hetkellä ympäristönsuojelun turvaamisen kannalta kestäviä perusteita. ”Kyseessä on kaivos, jolla on ollut ongelmia niin jätevesien kuin hajujenkin kanssa, ja yhtiö onkin saanut viime vuosina kymmeniä huomautuksia ja kehotuksia valvovalta viranomaiselta. Yhtiön natrium- ja sulfaattipäästöt aleen vesistöihin ovat aiheuttaneet vakavia ympäristöongelmia”, kirjoittaa Vihreiden puheenjohtaja Ville Niinistö blogissaan.” (TE73, 1.3.2012)

”Talvivaara on median hampaissa ympäristövahinkojen takia. Kansa on tuskastunut ongelmien jatkuvuuteen. ”Ongelmat eivät silti ole pysyviä, vaan ohimeneviä. [...] Talvivaarassa kysymys oli onnettomuudesta ja valtion tulee yleisvastuuperiaatteen nojalla hoitaa onnettomuuksia”, kansanedustaja Eero Lehti kommentoi.” (TE127, 14.11.2012)

”Yritys itse aiheutti tämän onnettomuuden. Se yksin on vastuussa, jos siltä vastoin lupaa ja hyväksyttyjä suunnitelmia pääsee näin merkittäviä vesistöjä”, kommentoi ympäristöministeriön kansliapäällikkö Hannelle Pokka.” (TE138, 25.11.2012)

Vastaavia kiistoja käytiin poliittisten tahojen lisäksi muidenkin toimijoiden osalta. Esimerkiksi luonnonsuojelijat ja piensijoittajat ottivat myös osaa kiistaan, joka lisäsi entisestään kohua ja dramatiikkaa Talvivaaran toiminnan ympärillä.

”Mielenosoitus tahdittaa Talvivaaran yhtiökokousta. Luonnonsuojeluliitto, Luontoliitto, Ei atomivoimaa -liike ja muun muassa Itkijänaisten liike banderolleineen ja rumpuineen tahdittavat kokousta. Suomen luonnonsuojeluliitto on ottanut mielenosoitusta kovemmat vaikutuskeinot jo käyttöön ja tehnyt vireillepanon Kainuun elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuskalle Talvivaara Sotkamo Oy:n toiminnan keskeyttämisestä, kunnes sen ympäristöongelmat on saatu ratkaistua.” (TE74, 12.3.2012)

”Sisällä kokoussalissa oma kapinaliikkeensä ovat Talvivaaran piensijoittajat edustajineen, joka osakeannin alla jo kokivat annin loukkaavan törkeästi piensijoittajien etua ja lain henkeä osakkaiden tasa-arvosta. Osakesäästäjien keskusliitto on kerännyt valtakirjoja Talvivaaran antia vastaan.” (TE74, 12.3.2012)

5.6 Pekka Perän rooli kehyksissä

Jokainen keskustelua hallitseva kehys asemoi kaivosyhtiön perustajaisän Pekka Perän tietynlaiseen rooliin. Uutisaineistoissa puhuttiin *”Perän kaivosprojektista”* (TE4, 24.8.2007), *”yhden miehen show’sta”* (TE6, 6.3.2008) ja *”kaivosmogulista”* (TE10, 30.12.2008). Pekka Perä sai paljon palstatilaa, ja usein Talvivaaran toiminta henkilöityi häneen. Perä sai osakseen sekä positiivista että negatiivista huomiota. Hän saa kehyksissä ensin *koko Suomen sankari* -roolin, mutta myöhemmin hänet esitetään *epäonnistuneen petturin* roolissa.

Aineiston alkuvaiheessa Pekka Perän rooli koko Suomen sankarina korostuu. Perää luonnehditaan karismaattiseksi ja vahvaksi johtajaksi, jolla on tarpeeksi rohkeutta lähteä viemään Talvivaaran kaivosta kohti kannattavaa ja kestäväää kaivosliiketoimintaa. Investoinnin ja luottamuksen kehyksissä tuodaan esille Talvivaaran toiminnan positiivisia vaikutuksia. Kummatkin kehykset asemoivat Perän samanlaiseen rooliin lukuisten positiivisten vaikutuksien tuottajana. Aineisto korostaa vahvasti Perän menestystarinaa, mutta tuo yhtälailla julki Talvivaaran hyödyt myös muille osapuolille. Investoinnin ja luottamuksen kehykset loivat Talvivaarasta mielikuvan Suomen pelastajana. Näissä kehyksissä Perästä luodaan perustamansa yhtiön tapaan eräänlainen pelastaja, joka mielletään koko Suomen sankariksi.

”Perän kaltaisia miehiä saisi olla enemmänkin. Ei joka tyyppi upota satoja miljoonia euroja korpeen ja luo uutta liiketoimintaa samassa mitassa.” (TE23, 24.8.2010)

”Kaivosmiljonääri työllistää korpimaan.” (TE4, 24.8.2007)

”Perän peesissä leipäänsä ovat leventäneet sadat kaivostyöntekijät, laite-toimittajat ja urakoitsijat.” (TE9, 12.9.2008)

”Perästä tuli miljonääri. Mutta moni muukin hyötyi.” (TE22, 17.6.2010)

”Pekka Perä on tehnyt hyvää. [...] Pekka Perä on vuoden talousvaikuttaja. Valinnan perustelu on se, että Perän toiminnasta voi olla jokseenkin varma, että se on tuottanut hyvinvointia suomalaisille.” (TE33, 23.12.2010)

”Joukolla rikkaaksi -projekti etenee hyvin. Nyt näyttää siltä, että suurin yksittäinen omistaja Pekka Perä on itsensä lisäksi tekemässä varakkaiksi

muutkin yhtiöön uskoneet, joista moni on tavallinen kotitalous.” (TE39, 17.2.2011)

Talvivaaraa koskevassa uutisoinnissa Perä ei saanut ainoastaan koko Suomen sankarin mainetta, vaan hän sai myös paljon negatiivista keskustelua osakseen. Tässä yhteydessä Perä sai epäonnistuneen petturin maineen, eikä häneen enää luoteta. Pekka Perän rooli epäonnistuneena petturina alkoi vahvistua aineiston puolivälin tienoilla, jolloin yhtiön ongelmat alkoivat. Erityisesti aineiston loppua kohden Perän rooli koko Suomen sankarina väistyi lähes kokonaan, ja Perää alettiin luonnehtia epäonnistuneeksi petturiksi ensin riskin ja sitten kiistan kehyksessä. Epäonnistuneen petturin roolissa korostui suuri pettymys Pekka Perän toimintaan, ylioptimistiin puheisiin ja katteettomiin lupauksiin.

”Pekka Perä pyyhkii piensijoittajilla pöytää. Kaivosyhtiö Talvivaaran isot omistajat tekevät, mitä lystäävät, ja piensijoittaja maksaa viulut.” (TE72, 22.2.2012)

”Sitten on Pekka Perän [...] hallitsema Talvivaara, jolla ei ole mennyt hyvin.” (TE135, 18.11.2012)

”[...] ongelma on siinä, että Pekka Perän putiikki on toiminut vastoin lupaa useamman kerran.” (TE138, 25.11.2012)

”Talvivaaran ennusteet ja Perän arviot ovat pettäneet moneen kertaan vuosien varrella.” (TE179, 26.8.2013)

”Talvivaaran ongelmat ovat saaneet Perän imagokurssin laskemaan dramaattisesti [...]” (TE185, 18.10.2013)

5.7 Mitä jäi kehysten ulkopuolelle?

Mielestäni on tärkeää ja mielenkiintoista pohtia myös sitä, mitä jäi esittämieni kehysten ulkopuolelle. Ennakkokäsitykseni osoittautui vääräksi, sillä olin kuvitellut, että ympäristö ja luonto nousisivat erityisen suureen rooliin aineistossani. Aineistosta löytyi kuitenkin hyvin vähän laajaa keskustelua ympäristöstä ja luonnosta. Keskustelua ei mielestäni ollut riittävästi, jotta ympäristöstä ja siihen liittyvästä keskustelusta olisi muodostunut oma kehyksensä. Toki Talvivaaran aiheuttamat ympäristöongelmat huomioitiin aineistossa, ja ympäristökysymykset olivat vahvasti esillä muissa kehyksissä. Voidaan siis sanoa, että ympäristöä koskevaa keskustelua kyllä esiintyi, mutta se sisältyi muihin kehyksiin ja eritoten riskin sekä kiistan kehyksiin. Myös investoinnin ja luottamuksen

kehyksissä esiintyi ympäristöön liittyvää keskustelua, mutta varsinaiselle pohdinnalle Talvivaaran toiminnan ympäristövaikutuksista ei annettu juurikaan tilaa. Molemmat kehykset hiljensivät pohdinnan yhtiön toiminnan negatiivisista vaikutuksista ja vakuuttivat kaiken olevan kunnossa.

Huomattavaa ja hieman myös yllättävää oli se, että yritysten vastuullisuuteen liittyvää keskustelua ei aineistossa juuri esiintynyt. Aineistosta löytyi ainoastaan yksi varsinainen uutinen, jossa yritysten vastuullisuus rinnastettiin Talvivaaraan. Tekstissä käytiin läpi Elinkeinoelämän valtuuskunnan EVA:n tutkimusta, joka esittää, etteivät Talvivaaran ympäristöongelmat ole heikentäneet yleistä uskoa teollisuuden ympäristövastuuseen (TE171, 19.6.2013). Sen lisäksi aineiston ainoa yleisönosastokirjoitus pohti kestävästä kehitystä sekä yritysvastuuta ja nosti Talvivaaran esille yrityksenä, joka tulee olemaan vielä pitkään *kestävän kehityksen kielteinen esimerkki* (TE166, 26.4.2013). Näiden artikkelien lisäksi vastuullisuuteen liittyviä termejä ei aineistossa juuri esiintynyt muutamia lyhyitä kommentteja lukuun ottamatta.

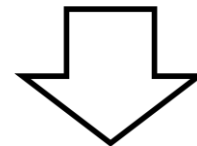
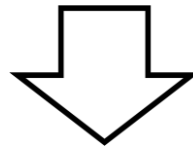
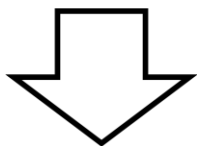
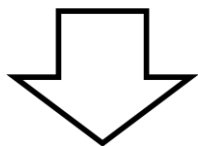
Havainnot siitä, mitä jäi kehysten ulkopuolelle, johtuvat pitkälti tutkimusaineiston rajallisuudesta. Tutkimusaineistona on käytetty ainoastaan yhtä lehteä, jonka päätavoitteena on viestiä yhteiskunnan talousasioista. Uskon, että ympäristöasiat ja eettinen keskustelu olisivat tulleet esiin vahvemmin, mikäli tutkimusaineisto olisi ollut laajempi ja koostunut useammasta eri aloja edustavista lehdistä ja artikkeleista.

6 KEHYSTEN VAIKUTUS TALVIVAARAN MAINEESEEN

6.1 Viisi tulkintaa Talvivaarasta vastuullisena toimijana

Kehysanalyysin avulla tutkitusta aineistosta löydettiin neljä erilaista tapaa kehystää Talvivaaraa koskevaa uutisointia: *investoinnin*, *luottamuksen*, *riskin* ja *kiistan* kehykset. Jokaisessa kehyksessä Talvivaarasta ja sen toiminnasta luodaan erilainen tarina. Jokainen kehys omalla tarinallaan luo tiettyjä mielikuvia Talvivaarasta ja muovaa siten Talvivaaran julkisuuskuvaa eli yhtiön mainetta julkisuudessa. Tutkimusta on lähestytty vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta ja tarkoituksena onkin pohtia, miten tietyn kehyksen omaksuminen vaikuttaa Talvivaaran maineeseen vastuullisena toimijana. Tunnistettujen kehyksien pohjalta on luotu viisi erilaista mainetulkintaa, jotka ovat *taloudellisen hyvinvoinnin tuottaja*, *koko kansan Talvivaara*, *vastuuton riskien vähättelijä* sekä *poliittinen pelinappula* ja *ympäristön tuhoaja*. Nämä tulkinnat esitetään alla olevassa kuviossa 9.

	INVESTOINNIN KEHYS	LUOTTAMUKSEN KEHYS	RISKIN KEHYS	KIISTAN KEHYS
Talvivaaran rooli	Merkittävä investoija, suuri työllistäjä, Kainuun pelastaja, kaivosteollisuuden suunnannäyttävä	Tarpeellinen toimija, yrittäjyyden menestystarinan luoja, yhteiskunnan jäsen	Liiallinen riskien ottaja, katteettomien lupausten antaja	Poliittinen pelinappula, politiikan sivullinen uhri, ympäristön tuhoaja
Pekka Perän rooli	Koko Suomen sankari ja pelastaja	Karismaattinen johtaja ja rohkea yrittävä	Luottamuksen menettänyt toimija	Toiminnassaan epäonnistunut petturi



	INVESTOINNIN KEHYS	LUOTTAMUKSEN KEHYS	RISKIN KEHYS	KIISTAN KEHYS
Talvivaaran maine	Koko yhteiskunnan taloudellisen hyvinvoinnin tuottaja	Vastuullinen toimija ja yrityskansalainen, koko kansan Talvivaara	Vastuuton riskejä vähättelevä yhtiö, koko kaivosteollisuuden maineen tahrija	Poliittisen kiistan uhri, Suomen suurimman ympäristökatastrofin aiheuttaja

Kuvio 9 Tulkintojen yhteenveto

6.2 Taloudellisen hyvinvoinnin tuottaja

Investoinnin kehyksessä Talvivaara esitetään Suomen suurena tulevaisuuden lupauksena, maan suurimpana kaivoshankkeena. Kehys korostaa useasti investoinnin kotimaisuutta. Talvivaara on supisuomalainen yritys, joka huolehtii myös vastuullisesta veronmaksusta ja tilittää veronsa Suomeen. Vastuullisuuteen liittyvässä keskustelussa viitataan yhä useammin yritysten veronmaksuun. Talvivaaran tapauksessa Suomen valtio ja Sotkamon kunta hyötyvät kaivoksen toiminnasta suurien verotulojen muodossa.

Investoinnin kehyksessä painottui erittäin vahvasti taloudellinen ulottuvuus. Kasvu ja kannattavuus ovat investoinnin kehyksessä keskeisessä asemassa. Talvivaaran kaivoshanke valmistui ennätysajassa, ja suuret suunnitelmat vain lisääntyivät. Toiminnan käynnistyttyä yhtiö lisäsi laajenemistavoitteitaan alkaessaan suunnitella uraanin talteenottoa. Tavoitteena oli tehdä Suomesta täysin omavarainen uraanin suhteen. Kasvua, kannattavuutta ja toiminnan tehokkuutta oli kuitenkin tarkoitus tavoitella täysin ympäristöä säästävällä ja kunnioittavalla tavalla. Investoinnin kehyksessä painotetaankin taloudellisen ulottuvuuden lisäksi myös yhtiön ympäristövastuuta. Toiminnan vakuutetaan olevan kaikkien ympäristölupien mukaista eikä toiminnasta koidu millään tavalla haitallisia vaikutuksia ympäristölle.

Investoinnin kehyksessä Talvivaara nähdään koko yhteiskunnan taloudellisen hyvinvoinnin tuottajana. Talvivaara itsessään on jo huomattava investointi Suomeen puhumattakaan sen laajoista kerrannaisvaikutuksista. Taloudellisen ulottuvuuden lisäksi Talvivaaran toiminnalla on myös sosiaalisia seurauksia. Kaivosyhtiön aloittaessa toimintaansa Kainuussa oli melko heikko aluetalous ja työttömyystilanne. Vuonna 2008 Kainuun jo ennestään huono tilanne romahti, kun maakunnan suurin yksityinen työnantaja UPM Kymmene sulki yli 100 vuotta toimineen tehtaansa. Tehtaan sulkemisen myötä moni kainuulainen menetti työpaikkansa, joten Talvivaaran kaivoksen perustaminen ei olisi voinut juuri osua parempaan ajankohtaan. Talvivaara tarjosi työtä sadoille kainuulaisille, joiden joukossa oli monia entisiä UPM Kymmenen työntekijöitä. Paikallisten ihmisten lisäksi Talvivaara työllistää tuhansia muita ihmisiä sekä suoraan että välillisesti. Talvivaaran kaivoksen myötä Kainuun alue alkoi elpyä. Investoinnin kehyksessä yhtiö nähdään Kainuun korpiseudun eloonherättäjänä ja pelastajana.

Investoinnin kehyksessä sekä Talvivaara että Pekka Perä saavat sankarin maineen merkittävänä investoijana, suurena työllistäjänä ja Kainuun pelastajana. Kaivosyhtiö koetaan myös eräänlaiseksi kaivosteollisuuden suunnannäyttäjäksi, sillä sen odotetaan luovan kokonaan uuden alun Suomen kaivosteollisuudelle, joka ennen Talvivaaraa oli hie-
man taantunut. Kaivosteollisuudella on Suomessa pitkät perinteet, ja kaivosteollisuuden jatkuvuuden turvaaminen koetaan elintärkeäksi. Pekka Perän Talvivaara ottaa haasteen vastaan ja lähtee kunnianhimoisesti luomaan mainetta ja kunniaa Suomen kaivosteolli-
suudelle. Odotukset Talvivaaraa kohtaan ovat suuret, sillä yhtiön uskotaan nousevan Euroopan johtavaksi kaivosmaaksi.

6.3 Koko kansan Talvivaara

Jo investoinnin kehyksessä Talvivaaran toiminta koetaan oikeutetuksi ja monia osapuo-
lia hyödyttäväksi, mutta viimeistään luottamuksen kehyksessä Talvivaara saavuttaa tar-
peellisen toimijan maineen. Luottamuksen kehyksessä kaivosyhtiö ei ainoastaan nauti
tarpeellisen toimijan maineesta, vaan on kyse jostain suuremmasta. Luottamuksen ke-
hyksen hallitessa julkista keskustelua kaikkialla Suomessa tuntuu olevan meneillään
oikea kaivoshurmos. Kansa uskoo ja luottaa yhtiöön, joka muutamista alkuvaikeuksista
huolimatta ei lannistu, vaan jaksaa yrittää ja viedä kannattavaa ja vastuullista kaivos-
toimintaa eteenpäin. Luottamuksen kehyksessä on havaittavissa yrittäjyyden ihannointi,
joka henkilöityy itse Talvivaaran lisäksi kaivosyhtiön perustajaan Pekka Perään. Ke-
hyksestä huokuu sekä Talvivaaran että Pekka Perän ihailu ja kunnioitus. Kehys painot-
taa, että Perän kaltaisia rohkeita yrittäjiä saisi olla enemmänkin, ja kuinka Talvivaara
periksiantamattomalla esimerkillään osoittaa, että maailmassa on mahdollisuuksia.

Pikku hiljaa Talvivaarasta alkaa muotoutua koko kansan Talvivaara, jonka puolesta
puhuvat niin kansalaiset, viranomaiset kuin poliitikotkin. Talvivaaran aikaansaannoksis-
ta ollaan ylpeitä, ja innokkaimmat puhuvat jopa kansallisvarallisuudesta ja kansal-
lisikonista. Talvivaara nähdään uhkarohkeana yrittäjyyden menestystarinana, jossa kai-
vosteollisuuden suunnannäyttjä luo Suomeen työpaikkoja ja tarvittavaa kasvua. Talvi-
vaaran käynnistysvaiheessa Suomen taloustilanne ei ollut erityisen hyvä, sillä talous-
kasvu oli jäänyt melko vähäiseksi eikä uusia investointeja ollut juuri tehty. Pekka Perän

Talvivaara lähti rohkeasti tavoittelemaan unelmaansa, ja kaivosyhtiön suuren luokan investointi piristi sekä Suomen tilannetta että suomalaisia.

Valtion roolin muututtua yritysten vastuut ovat laajentuneet. Ollakseen hyviä yrityskansalaisia yritysten odotetaan kantavan vastuuta myös laajemmista yhteiskunnallisista asioista. Luottamuksen kehyksessä Talvivaara saakin vastuullisen toimijan maineen, joka pyrkii toiminnallaan koko yhteiskuntaa hyödyttävään toimintaan. Talvivaara nähdään yrityskansalaisena, joka omalta osaltaan osallistuu yhteiskunnan kehittämiseen. Kaivosyhtiö nauttii sidosryhmiensä luottamusta ja se koetaan osaksi yhteiskuntaa eli yhteiskunnan jäseneksi ja yrityskansalaiseksi.

6.4 Vastuuton riskien vähättelijä

Riskin kehyksen hallitessa keskustelua Talvivaaran hankaluudet olivat ilmenneet eikä ongelmille näy loppua. Talvivaaraan kohdistuu paljon epäilyjä, ennakkoluuloja ja jopa syytöksiä. Kehyksessä Talvivaaran toimintaa ei nähdä ihailtavana eikä hyväksyttävänä, vaan toimintaa kyseenalaistetaan ja tuomitaan. Riskin kehyksessä vallitsee tilanne, jossa yhteiskunnan odotukset eivät ole toteutuneet. Kaivosyhtiön toimintaa ei enää pidetä moraalisten arvojen mukaisena, ja yhteiskunnan usko alkaa horjua. Talvivaaralle alkaa muodostua legitimitettivaje.

Yhtiön tulevaisuus näyttää epävarmalta, ja siihen liitetään hyvin suuri riski. Aluksi riskin kehys keskittyy luomaan Pekka Perästä yhtiön riskitekijän. Kehyksessä painotetaan, kuinka kaikki yhtiön langat ovat ainoastaan yhden miehen käsissä eli kaivoksen perustajan Pekka Perän. Pekka Perä saa kehyksessä maineen karismaattisena miehenä, joka pyörittää yhden miehen show'ta, johon sisältyy valtava Perä-riippuvuus. Perästä muodostuu mielikuva suuruudenhullujen puheiden ja suunnitelmien miehenä, joka on erittäin taitava tarinan kertojana. Perä myy ajatuksiaan Talvivaaran tarinalla, ei niinkään faktoilla. Riskin kehyksessä Pekka Perän karisma ja taito puhua ihmiset puolelleen koetaan suureksi riskiksi.

Yhtiön katteettomien lupauksien ja puheiden lisäksi epäilystä herättävät kerta toisensa jälkeen pieleen mennet tuotantomäärät ja tulevaisuuden ennusteet, jotka ovat ainoastaan

Talvivaaran itse tehtyjä arvioita. Talvivaaraa syytetään myös riskien vähättelystä muun muassa biokasaliotusmenetelmänsä suhteen, joka on menetelmänä hyvin uusi ja lähinnä kokeellinen. Menetelmää ei ollut koskaan aiemmin käytetty niin laajassa määrin kuin mitä Talvivaara sitä aikoi käyttää. Biokasaliotusmenetelmän käyttöön sisältyi suuri teknologinen riski, jota Talvivaara ei myöntänyt. Riskin kehyksessä Talvivaara esitetään vastuuttomana toimijana, joka rakensi kaivoksen valtavalla kiireellä. Kaiken kiireen keskellä riittävät riskianalyysit ja biokasaliotusmenetelmän kunnolliset testaukset jäivät tekemättä, jotka vastuullisen ja uuden menetelmän kanssa toimivan yrityksen olisi tullut heti ensisijassa hoitaa. Sen lisäksi Talvivaara antoi jatkuvasti liian optimistisia lupauksia tulevasta eikä toimintaa nähty läpinäkyvänä.

Vastuuttoman riskien vähättelijän maineen lisäksi riskin kehyksessä Talvivaaran pelättään tahrivan koko Suomen kestävän kaivosteollisuuden maineen. Suomessa kaivosteollisuudella on merkittävä kansantaloudellinen vaikutus, ja Talvivaara uhkaa pilata sen. Jatkuvat ongelmat prosessin hallinnan kanssa, useat harhaanjohtajat tulevaisuuden lupaukset ja suunnitelmat sekä pahasti vääriksi osoittautuneet tuotantomääräennusteet luovat synkkää mielikuvaa Talvivaaran vastuullisesta kaivostoiminnasta. Kestävän kaivosteollisuuden maineen pilaajana Talvivaara esitetään liiallisia riskejä ottaneena taivaanrannan maalarina ja yhtiönä, jossa johdon lupaukset ja toteumat ovat kaukana toisistaan.

6.5 Poliittinen pelinappula ja ympäristön tuhoaja

Kiistan kehys eroaa muista kehyksistä siten, että se asemoi samanaikaisesti Talvivaaran kahteen toisistaan täysin poikkeavaan rooliin. Kumpikin rooli luo hyvin erilaisia mielikuvia Talvivaarasta ja vaikuttavat osaltaan siihen, millainen maine Talvivaaralle muodostuu kiistan kehyksessä.

Kiistan kehyksessä politiikalla on suuri rooli. Tässä kehyksessä itse Talvivaara ei ole niin vahvasti esillä, vaan yhtiö jää hieman taka-alalle ja poliittinen väittely on kehyksen pääosassa. Kehyksessä on havaittavissa poliitikkojen ja virkamiesten eriäviä mielipiteitä, jotka jakautuvat vahvoihin argumentteihin puolesta ja vastaan. Kiistan kehys hallitsi keskustelua juuri ennen tulevia eduskuntavaaleja, ja jokaisella puolueella sekä yksittäisellä poliitikolla tuntui olevan sanansa sanottavana Talvivaarasta. On selvää, että kiistan

kehyksessä Talvivaara saa poliittisen pelinappulan maineen. Pekka Perä on myös todennut julkisessa keskustelussa, että hänen mielestään Talvivaara joutui jossain vaiheessa poliittisen pelin välikappaleeksi (TE55, 15.11.2011). Poliittisen pelinappulan roolissa Talvivaarasta muodostuu mielikuva uhrina, joka joutuu tahtomattomaan osaksi poliittista kiistaa ja kärsimään siitä.

Poliittisen keskustelun Talvivaaraa vastustavat näkemykset ja negatiiviset mielipiteet saavat valitussa aineistossa enemmän ääntä kuuluviin kuin kaivosyhtiön puolesta taistelevat. Talvivaaran aiheuttamat ympäristöongelmat nähdään suurimpana kiistaan vaikuttavana tekijänä. Kiistan kehyksessä keskitytään lähes pelkästään Talvivaaran ympäristövaikutuksiin eikä ihme, sillä kiistan kehyksen hallitessa julkista keskustelua Talvivaarassa tapahtui massiivinen kipsisakka-altaan vuoto. Altaan vuoto ja poikkeuksellisen suuret sademäärät johtivat yhtiön vesi- ja ympäristöongelmiin. Samaan aikaan Talvivaaran johto sai rikossyytteet ympäristön törkeästä turmelemisesta ja kaivosyhtiöltä vaadittiin mittavia vahingonkorvauksia aiheuttamastaan vahingosta.

Kiistan kehyksessä Talvivaaran toimintaa leimaavat jatkuvat ympäristöongelmat ja -rikkomukset. Talvivaara saa vastuuttoman yrityksen maineen, joka ei toiminnassaan kunnioita ympäristöä vaan aiheuttaa kerta toisensa jälkeen yhä suurempaa vahinkoa luonnolle. Pikkuhiljaa keskustelun edetessä Talvivaaralle muodostuu maine ympäristön tuhoajana ja Suomen suurimman ympäristökatastrofin aiheuttajana. Talvivaaraa pidetään myös yhtenä Suomen teollisuushistorian pahimpana esimerkkinä vastuuttoman liiketoiminnan harjoittamista. Talvivaara esitetään surullisena ja varoittavana esimerkkinä siitä, mitä tapahtuu, kun yrityksen liiketoimintaa harjoitetaan ympäristön kustannuksella.

7 YHTEENVETO JA LOPPUSANAT

7.1 Yhteenveto

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli analysoida sitä, miten Talvivaaraa ja sen toimintaa kehystetään julkisessa keskustelussa ja minkälaisia vaikutuksia tietyn kehyksen omaksumisesta on Talvivaaran maineelle. Tätä tutkimusongelmaa lähdettiin tarkastelemaan vastuullisen liiketoiminnan näkökulmasta. Koin valitsemani näkökulman mielenkiintoiseksi ja ajankohtaiseksi, sillä perehtyessäni aiempaan tutkimukseen huomasin, miten merkittävä rooli vastuullisella liiketoiminnalla on yrityksen maineen rakentumisessa ja hallinnassa.

Tämä näkemys korostuu erityisesti nykypäivänä, sillä sekä vastuullisuus että maine koetaan yhä enemmän niinä tekijöinä, jotka mahdollistavat menestyvän yrityksen liiketoiminnan. Jotta yritykset menestyvät, he tarvitsevat toiminnalleen yleisen hyväksynnän ja yhteiskunnan luottamuksen. Garrigan ja Melén (2004) mukaan vastuullista liiketoimintaa harjoittamalla yritys voi saavuttaa oikeutuksen olemassaololleen eli legitimitetin. Legitimaatio ja maine linkittyvät myös toisiinsa, sillä yritystä voidaan pitää hyvämaineisena vasta silloin, kun se on saavuttanut legitimiuden (Siltaoja, 2010).

Tässä tutkimuksessa mediaa käsiteltiin tekijänä, joka mediakirjoitustensa kautta vaikuttaa yrityksestä muodostuvaan julkisuuskuvaan ja maineeseen vastuullisena toimijana. Medialla onkin nähty olevan tärkeä rooli vastuullisen liiketoiminnan ja maineen välisen suhteen tutkimuksessa, sillä se on nostanut esiin maineen tärkeyttä yritysvastuukeskustelussa (Siltaoja, 2004).

Talouselämän mediatekstejä analysoidessani tunnistin neljä erilaista tapaa kehystää Talvivaara-uutisointia: *investoinnin, luottamuksen, riskin ja kiistan* kehykset. Kehysten tunnistamisen jälkeen tarkastelin tietyn kehyksen omaksumisen vaikutuksia Talvivaaran maineelle vastuullisena toimijana. Jokainen kehys loi omalla tarinallaan tiettyjä mielikuvia Talvivaarasta ja sen perustajasta Pekka Perästä. Kaikki neljä kehystä muovasivat Talvivaaran julkisuuskuvaa eli yhtiön mainetta julkisuudessa luoden viisi erilaista tul-

kintaa siitä, millainen maine Talvivaaralle muodostui Talouselämän tarjoamassa julkisessa keskustelussa. Nämä esiteltyt mainetulkinnat ovat *taloudellisen hyvinvoinnin tuottaja, koko kansan Talvivaara, vastuuton riskien vähättelijä sekä poliittinen pelinappula ja ympäristön tuhoaja*.

Investoinnin kehyksessä Talvivaara saavuttaa legitimaation merkittävän investoijan ja suuren työllistäjän roolissa. Talvivaara nähdään huonon taloustilanteen kanssa kamppailevan maakunnan ihmeenä, suorastaan Kainuun pelastajana. Yhtiön kaivosprojektin aloittaminen ei olisi voinut juuri osua parempaan paikkaan. Talvivaaran varaan laskeaan paljon ja yhtiö koetaan Suomen ja jopa koko Euroopan kaivosteollisuuden uudeksi suunnannäyttäjäksi. Pekka Perää käsitellään myös hyvin positiivisessa valossa koko Suomen sankarina ja pelastajana. Investoinnin kehyksessä Talvivaaralle muodostuu maine koko yhteiskunnan taloudellisena hyvinvoinnin tuottajana. Luottamuksen kehyksessä Pekka Perä jatkaa suosiossa ja häntä pidetään karismaattisena johtajana ja rohkeana yrittäjänä. Talvivaara nauttii koko Suomen luottamusta ja yhtiö koetaan yhteiskunnan jäseneksi ja tarpeelliseksi toimijaksi. Suomalaista yrittäjyyttä on aina ihannoitu kovasti, ja luottamuksen kehyksessä Talvivaara nähdään suurena yrittäjyyden menestystarinana. Luottamuksen kehyksessä Talvivaara saa maineen vastuullisena toimijana, joka koetaan osaksi yhteiskuntaa eli yhteiskunnan jäseneksi. Luottamuksen kehyksestä huokuu koko kansan Talvivaara-ajattelu.

Riskin kehyksessä Talvivaara saa liiallisen riskin ottajan maineen, joka riskien vähätelyn lisäksi antaa jatkuvasti uusia, katteettomia lupauksia. Kansan luottamus yhtiöön alkaa kärsiä. Kaivosyhtiön toiminta henkilöityy Pekka Perään, joka koetaan toimijana, joka on onnistunut menettämään monien tahojen luottamuksen. Riskin kehyksessä Talvivaaralle kehittyy maine vastuuttomana riskejä vähättelevänä yhtiönä, jonka pelätään pilaavan koko Suomen kaivosteollisuuden maineen. Kiistan kehystä hallitsee politiikka ja ympäristöongelmat. Kehys asemoi Talvivaaran kahteen erilaiseen asemaan: poliittisen pelinappulan ja ympäristön tuhoajan rooliin. Pekka Perä nähdään petturina, joka on epäonnistunut toiminnassaan. Kiistan kehyksessä Talvivaara saa poliittisen kiistan uhrin maineen, joka tahtomattomaan joutuu poliitikkojen väittelyiden välikappaleeksi. Lisäksi Talvivaara saa jatkuvien ympäristöongelmiensa vuoksi maineen Suomen suurimman ympäristökatastrofin aiheuttajana. Kiistan kehyksen hallitessa keskustelua Talvivaara on menettänyt lähes kokonaan legitimaationsa.

Tutkimukseni tulokset tukevat käsitystä vastuullisen liiketoiminnan ja maineen välisestä yhteydestä. Ne vahvistavat muiden tutkijoiden tuloksia siitä, että yrityksen vastuulliset teot vaikuttavat yrityksestä syntyviin mielikuviin (Fombrun & Shanley, 1990; Griffin, 2000; Mahon, 2002, Mahon & Wattrick, 2003). Yritysvastuu ja vastuullinen liiketoiminta koetaan yhdeksi tärkeimmäksi tekijäksi yrityksen maineen rakentajana (Weiser & Zadek, 2000, 18), joka heijastuu myös tämän tutkimuksen tuloksissa.

Tutkimustulosten pohjalta voidaan todeta, että Talvivaara-uutisointia voidaan kehystää monin eri tavoin. Tutkittavan ajanjakson aikana ja eri kehysten hallitessa keskustelua Talvivaaralle muodostui hyvin vaihteleva maine. Maine kehittyi koko yhteiskunnan taloudellisen hyvinvoinnin tuottajasta aina Suomen suurimman ympäristökatastrofin aiheuttajaksi. Se, mikä vaikutti yhtiön maineen jatkuvaan muutokseen, ei ole täysin selvää. Kaikkia tekijöitä ei varmasti voida edes tunnistaa, eikä se ole ollut tämän tutkimuksen tarkoitus. Tutkimuksen tarkoitus oli pohtia, miten yrityksen vastuullisuus vaikuttaa Talvivaaran maineen rakentumiseen.

Tutkimukseni lähtökohdan, vastuullisen liiketoiminnan, lisäksi koen luottamuksen olleen yksi päätekijä, joka vaikutti Talvivaarasta muodostuviin mielikuviin ja yhtiön vaihtelevaan maineeseen. Vastuullinen liiketoiminta ja maine edellyttävät ennen kaikkea luottamusta (Siltäoja, 2004, 322). Investoinnin ja luottamuksen kehyksissä Talvivaara nähdään vastuullisena toimijana ja näissä kahdessa kehyksessä sille muodostuukin varsin positiivinen maine. Hyvä maine vaatii luottamusta. Investoinnin ja luottamuksen kehyksissä Talvivaara nauttii sidosryhmiensä ja koko yhteiskunnan suurta luottamusta ja vahvaa uskoa. Positiivinen maine oli vallalla pitkään, kunnes yhtiön ongelmat alkoi ilmetä ensin riskin ja sitten kiistan kehyksen hallitessa keskustelua. Talvivaaran epäeettisen ja vastuuttoman toiminnan seurauksena yhtiön hyvä maine tuhoutui. Riskin ja viimeistään kiistan kehyksessä Talvivaara menetti lähes koko kansan luottamuksen ja oikeutuksen olemassaololleen.

7.2 Tutkimuksen arviointia

Shentonin (2004) mukaan laadullisen tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta voidaan arvioida neljän erilaisen kriteerin avulla, jotka ovat *uskottavuus*, *siirrettävyys*, *luotetta-*

vuus ja *objektiivisuus*. *Uskottavuutta* arvioitaessa tarkastellaan pääasiassa sitä, onko tutkija onnistunut pääsemään kiinni tutkittavaan ilmiöön valitsemillaan tutkimusmenetelmillä, ja onko tutkimuskysymyksiin löydetty vastauksia. Tätä tutkimusta varten kerättiin Talouselämä-lehden sähköisestä arkistosta aineisto, joka koostui yli 200 uutisartikkelista. Aineisto analysoitiin kehysanalyysin avulla, joka on varsin suosittu menetelmä mediatutkimuksessa. Kehysanalyysia ei ole juurikaan käytetty taloustieteissä, mutta sovellettavuutensa vuoksi sitä voidaan hyödyntää laaja-alaisesti eri alojen tutkimuksissa. Kiinnostuin alun perin kehysanalyysistä juuri sen monipuolisuuden vuoksi.

Shentonin (2004) mukaan tutkija voi vahvistaa tutkimuksen uskottavuutta osoittamalla toteen sen, että on omaksunut tutkimuksen kannalta tarkoituksenmukaiset menetelmät. Olen pyrkinyt luomaan mahdollisimman kattavan kuvan kehysanalyysistä tutkimusmetodinä luvussa 4. Tämän luvun avulla lukijalle välittyy mielikuva siitä, että olen todella sisäistänyt sen, mistä kehysanalyttisessä tutkimuksessa on kyse. Kehysanalyysin valinta tutkimukseni menetelmäksi osoittautui mielestäni onnistuneeksi, sillä sen avulla löysin vastauksia tutkimuskysymyksiini ja ymmärsin, mistä tutkittavassa ilmiössä oli kyse.

Tutkimuksen uskottavuutta lisää myös tutkittavan ilmiön tarkka kuvaaminen (Shenton, 2004). Tässä tutkimuksessa tutkittavana ilmiönä toimivat Talvivaaraa koskeva uutisointi ja uutisoinnin kehystämisen eri ulottuvuudet sekä kehystämisen vaikutukset Talvivaaran maineeseen vastuullisena toimijana. Teoriaosuudessa avasin vastuullisen liiketoiminnan ja maineen käsitteitä sekä pohdin niiden eri osa-alueita ja ulottuvuuksia laajemmin. Sen jälkeen loin tutkimukseni alustavan teoreettisen viitekehyksen, joka loi ymmärrystä vastuullisen liiketoiminnan, julkisuuskuvan ja maineen välisestä yhteydestä. Täsmennetty teoreettinen viitekehys täydensi alustavaa viitekehystä korostaen median roolia tekijänä, joka luo uutistekstien avulla erilaisia mielikuvia ympäröivästä maailmasta ja sen tapahtumista. Talvivaaralla ja kaivosteollisuudella on suuri rooli tutkittavassa ilmiössä, ja tutkimuksen uskottavuutta on vahvistettu kappaleella, jossa esittelen case-yritys Talvivaaraa. Lisäksi tutkittavan ilmiön tarkastelua syvennettiin entisestään kertomalla kaivosteollisuuden yleisestä vastuullisuudesta.

Siirrettävyyden arviointikriteerissä on kyse saatujen tulosten siirrettävyydestä eli siitä, miten tuloksia voidaan soveltaa toisenlaisissa olosuhteissa. Siirrettävyys liittyy myös yleistettävyyteen. Näiden lisäksi tulosten siirrettävyyttä arvioitaessa pohditaan usein

myös tutkimuksen rajoja ja kuvataan tehtyjä valintoja. (Shenton, 2004.) Tutkimuksen aineiston keräys rajattiin koskemaan ainoastaan Talouselämä-lehden julkaisuja, jolloin tulosten siirrettävyys ja yleistettävyys kärsii väkisin, kun uutisartikkelit ovat peräisin ainoastaan yhdestä lehdestä. Toisaalta en koe tätä tutkimukseni merkittäväksi heikkoudeksi, sillä tulosten siirrettävyys on usein lähes mahdotonta laadullista tutkimusta tehdessä, sillä laadullinen tutkimus on aina sidoksissa tiettyyn kontekstiin (Shenton, 2004).

Muidenkin mediatekstien mukaan ottaminen osaksi tutkimusaineistoa olisi ollut mielenkiintoista, mikäli tutkimuksen rajat ja toteutettavuus olisivat sen mahdollistaneet. Erityisesti muutkin kuin ainoastaan talousasioita edustavat tahot olisi ollut kiinnostavaa lisä tutkimukseen. Luulen, että ne olisivat mahdollistaneet monipuolisemmat tulokset ja antaneet kokonaisvaltaisemman kuvan Talvivaara-uutisoinnista. Luultavasti asiat, jotka nyt jäivät keskustelun ulkopuolelle, olisivat tulleet vahvemmin esille toisenlaisessa aineistossa.

Kolmas tutkimuksen pätevyuden arviointikriteeri eli *luotettavuus* liittyy tutkimuksen toistettavuuteen. Yksi keino vahvistaa tutkimuksen luotettavuutta on kuvata mahdollisimman tarkasti tutkimuksen toteutusta. (Shenton, 2004.) Tähän olen pyrkinyt esittelemällä tutkimukseni kulkua ja etenemistä mahdollisimman kattavasti ja yksityiskohtaisesti. Erityisesti johdannossa oleva kappale tutkimuksen kulusta ja rakenteesta sekä luku, joka käsittelee empiirisen tutkimuksen toteutusta antavat lukijalle käsityksen siitä, miten olen päätenyt tiettyihin ratkaisuihin ja lopulta tutkimuksen johtopäätöksiin.

Laadullisen tutkimuksen analyysiin ja kehysanalyysin käyttöön liittyy aina tietynlainen subjektiivinen tulkinnallisuus. Tutkittavasta aineistosta löydettiin neljä keskustelua hallitsevaa kehystä, jonka jälkeen pohdittiin kehysten omaksumisen vaikutuksia Talvivaaran maineelle. Nämä löydetty kehukset eivät siis ole ainoa tapa kehystää Talvivaaran taivalta. Media-analyysi perustuu aina tutkijan omille tulkinnoille, niin kuin tässäkin tutkimuksessa (Kantola, Morning & Väliaverronen, 1998, 6). Muodostin kehukset omien valintojeni ja tulkintojeni kautta valitsemani aineiston ehdoilla, joten ne ovat tulkinnanvaraisia niiden subjektiivisuutensa vuoksi. Kehukset olisi siis voitu jaotella muullakin tavalla, mutta nämä neljä kehystä kuvaavat mielestäni hyvin ja monipuolisesti Talouselämä-lehdessä käytyä keskustelua Talvivaarasta ja sen toiminnasta.

Vahvistettavuus puolestaan liittyy tutkimuksen objektiivisuuteen, johon olen pyrkinyt tutkimukseni kaikissa vaiheissa. Shentonin (2004) mukaan tutkimustulosten tulee pohjautua tietolähteisiin, eikä tutkijan omiin kokemuksiin, mieltymyksiin ja valintoihin. Tverskyn ja Kahnemanin (1981) mukaan jokaisella tekstiä tulkitsevalla henkilöllä on mielessään jo valmiit tulkintaperiaatteet ja ajatusmallit, jotka ohjaavat osaltaan tiettyjen kehysten muodostumista. Myös Tamminen (1993, 105) muistuttaa, että valmiin tekstin lukeminen tapahtuu aina sidoksissa lukijan aiempiin tietoihin ja ajatuksiin. Tiedostin tämän seikan tutkimuksessani. Minulla ei kuitenkaan ole ollut aiempaa tutkimushistoriaa Talvivaaraan liittyen ja siksi koen, että tulkitSEN tapausta melko vähäisillä ennakkotiedoilla ja oletamuksilla. Lisäksi pyrin perustelemaan tulkintani mahdollisimman kattavalla tavalla esittäen runsaasti esimerkkejä. Perusteluissani käytin apunani suoraan aineistosta poimittuja katkelmia, jotka toimivat tutkimukseni luotettavuuden arviointiperustana.

7.3 Jatkotutkimus ja loppusanat

Tätä tutkimusta tehdessä minulle heräsi monia uusia jatkotutkimusideoita. Niin kuin jo aiemmin mainitsin, olisi mielenkiintoista laajentaa tutkittavaa aineistoa niin, että mukana olisi esimerkiksi useampia sanomalehtiä. Erityisen kiinnostavaa olisi tutkia eri aloja edustavia lehtiä ja niiden tuottamia uutisartikkeleita Talvivaarasta. Olisi mielenkiintoista analysoida, miten tutkimustulokset poikkeavat toisistaan vai poikkeavatko lainkaan. Itse haluaisin erityisesti selvittää, nousisiko luonto ja ympäristöasiat enemmän esille toisenlaisessa, muitakin kuin talousaloja edustavien lehtien artikkeleissa.

Uutisteksteissä esiintyvien toimijoiden ja niiden roolien selvittäminen olisi myös arvokasta, jotta saisimme mielikuvan siitä, miten eri kehykset asemoivat tekstien toimijoita ja millaisia rooleja ne saavat. Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli pohtia Talvivaaran mainetta vastuullisena toimijana, ja tutkimuksen tarkoituksen mukaisesti keskityin luomaan kattavan kuvan Talvivaaran roolista ja asemasta esitellyissä kehyksissä. Yksi varteenotettava jatkotutkimusidea olisikin laajentaa tutkimusta niin, että tarkastelun kohteena olisivat myös muut toimijat ja heidän identiteettinsä.

Useampien sanomalehtien lisäksi jatkotutkimuksissa voisi hyödyntää myös Talvivaaran omia tiedotteita ja julkaisuja, kuten vuosikertomuksia ja pörssitiedotteita. Olisi kiinnostavaa saada esiin Talvivaaran ääni heidän omien julkaisujensa kautta. Mielenkiintoista olisi pohtia esimerkiksi sitä, miten media reagoi Talvivaaran julkaistua jonkun tiedotteen toiminnastaan. Lisäksi voisi analysoida Talvivaaran omien näkemysten ja median mielipiteiden välistä suhdetta. Näkevätkö Talvivaara ja media yhtiön toiminnan ja teot samalla tavalla? Vastaavan tutkimuksen ovat tehneet Kujala, Toikka ja Heikkinen (2009) Metsä-Botnian sellutehdaskiistasta.

Se, että tutkijalle herää tutkimusta tehdessä useita jatkotutkimusideoita kertoo mielestäni siitä, että tutkija on onnistunut löytämään itselleen mielenkiintoisen tutkimusaiheen. Talvivaaran tutkiminen osoittautui itselleni erityisen mielekkääksi valinnaksi, joka oman arvioni mukaan näkyy tässä tutkimuksessa. Tutkimus on mielestäni onnistunut vastaamaan sille esitettyihin kysymyksiin siitä, miten Talvivaara-uutisointia kehystetään julkisessa keskustelussa ja miten tietyn kehyksen omaksuminen vaikuttaa Talvivaaran maineeseen vastuullisena toimijana.

Pro gradu -tutkielma on ensimmäinen laajempi tutkimus, jonka olen koskaan tehnyt. Tutkielmaa tehdessä olen hyödyntänyt aiempaa tietotaitoani, haastanut itseni kriittiseen ajatteluun ja pohdintaan sekä ennen kaikkea oivaltanut monia uusia asioita. Tutkielman tekeminen on ollut eräänlainen jatkuva oppimisprosessi, joka on opettanut paljon ja lisännyt ymmärrystäni entisestään vastuullisesta liiketoiminnasta ja sen merkityksestä liike-elämässä. Vastuullisella liiketoiminnalla nähdään olevan yhteys yrityksen maineeseen, joka puolestaan on elinehto menestyvälle liiketoiminnalle. Tutkielman loppuun voisin todeta, että vastuullisella yrityksellä on hyvä maine ja hyvä maine kantaa kauas.

LÄHDELUETTELO

Kirjallisuus:

- Aula, P. & Heinonen J. (2002). *Maine. Menestystekijä*. Porvoo: WSOY.
- Aula, P. & Mantere, S. (2005). *Hyvä yritys. Strateginen maineenhallinta*. Helsinki: WSOY.
- Barnett, M., Jermier, J. & Lafferty, B. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26–38.
- Berens, G. & van Riel, C. (2004). Corporate associations in the academic literature: Three main streams of thought in the reputation measurement literature. *Corporate Reputation Review*, 7, 161–178.
- Bertolotti, M. & Catellani, P. (2014). Effects of message framing in policy communication on climate change. *European Journal of Social Psychology*, 44, 474–486.
- Björn, I., Immonen, L. & Pennanen, M. (2000). *Outo kumpulaisuus: kaivoskaupungin historiaa*. Outokumpu: Outokummun kaupunki.
- Boje, D. (1995). Stories of the storytelling organization: A postmodern analysis of Disney as Tamara-land. *Academy of Management Journal*, 38(4), 997–1035.
- Borah, P. (2011). Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature. *Journal of Communication*, 61, 246–263.
- Branco, M. & Rodrigues, L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(3), 232–248.
- Brummans, B., Putnam, L., Gray, B., Hanke, R., Lewicki, R. & Wiethoff, C. (2008). Making sense of intractable multiparty conflict: A study of framing in four environmental disputes. *Communication Monographs*, 75, 25–51.
- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility – evolution of definitional construction. *Business and Society*, 38(3), 268–295.
- Carroll, A. (2016). Carroll's pyramid of CSR: Taking another look. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(3).
- Cornelissen, J. & Thorpe, R. (2002). Measuring a business school's reputation: Perspectives, problems and prospects. *European Management Journal*, 20(2), 72–178.

- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: An analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1–13.
- Davies, G. (2003). *Corporate Reputation and Competitiveness*. London: Routledge.
- Dowling, G. (2006). Communicating corporate reputation through stories. *California Management Review*, 49(1), 82–100.
- Eerola, T. (2014). Kaivostoiminnan vastuullisuuden ja sosiaalisen toimiluvan yhteiskunnalliset tutkimus- ja edistämishankkeet. *Alue ja ympäristö*, 43(1), 85–95.
- Ehrnrooth, J. (1990). Intuitio ja analyysi. Teoksessa Mäkelä, K. (toim.) *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus.
- Entman, R. (1991). Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents. *Journal of Communication*, 41(4), 6–27.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Entman, R. (2008). Media framing biases and political power: Explaining slant in news of campaign 2008. *Journalism*, 11(4), 389–408.
- Eriksson, P. & Koistinen, K. (2014). *Monenlainen tapaustutkimus*. Helsinki: Kuluttaja-tutkimuskeskus.
- Eskola, J. (2001). Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen tutkimuksen analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa Aaltola J. & Valli R. (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Euroopan Yhteisöjen Komissio. (2001). Vihreä kirja. Yritysten sosiaalisen vastuun eurooppalaisten puitteiden edistämisestä.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fombrun, C. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.
- Fombrun, C., Gardberg, N. & Barnett, M. (2000). Opportunity platforms and safety nets: Corporate citizenship and reputational risk. *Business and Society Review*, 105(1), 85–106.
- Fombrun, C. & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233–258.
- Fombrun, C. & van Riel, C. (1997). The reputational landscape. *Corporate Reputation Review*, 1, 5–13.

- Fombrun, C. & van Riel, C. (2004). *Fame and Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputation*. New Jersey: Pearson Education.
- Friedman, M. (1961). *Capitalism and Freedom*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine*, 9(13).
- Gamson, W., Croteau, D., Hoynes, W. & Sasson, T. (1992). Media images and the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, 18, 373–393.
- Gamson, W. & Lasch, K. (1983). The political culture of social welfare policy in Spiro, S. & Yuchtman-Yaar, E. (eds.) *Evaluating the Welfare State. Social and Political Perspectives*. New York: Academic Press.
- Gamson, W. & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37.
- Garriga, E. & Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51–71.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Griffin, J. (2000). Corporate social performance: Research directions for the 21st century. *Business and Society*, 39(4), 479–491.
- Hopkins, M. (2003). *The Planetary Bargain - CSR Matters*. London: Earthscan.
- Jackson, P. & Hawker, B. (2001). *Is corporate social responsibility here to stay?* <http://www.cdforum.com/research/icsrhts.doc>
- Jenkins, H. (2009). A 'business opportunity' model of corporate social responsibility for small- and medium-sized enterprises. *Business Ethics: A European Review*, 18(1).
- Joyner, B. & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297–311.
- Juholin, E. (2004). *Cosmopolis: yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen*. Helsinki: Infoviestintä.
- Kantola, A., Morning, I. & Väliaverronen, E. (toim.). (1998). *Media-analyysi: Tekstistä tulkintaan*. Tampere: Tammer-Paino Oy.

- Karvonen, E. (1999). *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Karvonen, E. (2001). Hyvä maine on yrityksen menestyksen tae. Teoksessa Pitkänen, K. *Yrityskuva ja maine menestystekijöinä*. Helsinki: Edita.
- Karvonen, E. (2005). *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kemppainen, E. (2013). *Parasta ennen Talvivaaraa? Mediakirjoitusten rakentama kuva Talvivaarasta ja pohdintoja sen seurauksista Vuokatin matkailulliselle imagolle*. Lapin yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Pro gradu -tutkielma.
- Ketola, T. (2005). *Vastuullinen liiketoiminta - Sanoista teoiksi*. Helsinki: Edita.
- Kilpiä, V. (2013). *Kielelliset asenteet pörssitiedotteissa ja -analyysissä. Case Talvivaara*. Helsingin yliopisto. Suomen kielen, suomalais-ugrilaisten ja pohjoismaisten kielten ja kirjallisuuksien laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Kiviniemi, K. (2001). Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa Aaltola J. & Valli R. (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Koponen, J. (2014). *Vastuullinen kaivosyhtiö vai ympäristönpilaaja? Talvivaaran kriisitiedottaminen ja sen vaikutukset uutisointiin*. Tampereen yliopisto. Kieli-, käännös- ja kirjallisuustieteiden yksikkö. Pro gradu -tutkielma.
- Kujala, J. & Kuvaja, S. (2002). *Välittävä johtaminen - Sidosryhmät eettisen liiketoiminnan kirittäjinä*. Jyväskylä: Gummeruksen Kirjapaino Oy.
- Kujala, J., Toikka, T. & Heikkinen, A. (2009). Communicating corporate responsibility through media. *Progress in Industrial Ecology - An International Journal*, 6(4), 404–420.
- Lantos, G. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595–630.
- Lehtimäki, H. & Kujala, J. (2015). Framing dynamically changing firm-stakeholder relationships in an international dispute over a foreign investment: A discursive analysis approach. *Business & Society*, 1–37.
- Lindborg, T. (1996). *Suomalaisen kaivosklusterin rakennemuutos*. Oulun yliopiston taloustieteen osaston tutkimuksia, N:o 36. Oulu 1996.
- Lovio, R. & Halme, M. (2004). Yrityksen sosiaalinen vastuu globalisoituvassa taloudessa. Teoksessa Heiskanen, E. (toim.) *Ympäristö ja liiketoiminta*. Helsinki: Gaudeamus.

- Mahon, J. (2002). Corporate reputation: A research agenda using strategy and stakeholder literature. *Business & Society*, 41(4), 415–446.
- Mahon, J. & Waddock, S. (2003). Dealing with stakeholders: How reputation, credibility and framing influence the game. *Corporate Reputation Review*, 6(1), 19–35.
- McMenamin, I., Flynn, R., O'Malley, E. & Rafter, K. (2011). Commercialism and election framing: A content analysis of twelve newspapers in the 2011 Irish general election. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 167–187.
- Moir, L. (2001). What do we mean by corporate social responsibility? *Corporate Governance*, 1(2), 16–22.
- Niskala, M. & Tarna, K. (2003). *Yhteiskuntavastuun raportointi*. Jyväskylä: KHT-Media Oy.
- Palazzo, G. & Scherer A. (2006). Corporate legitimacy as deliberation: A communicative framework. *Journal of Business Ethics*, 66(1), 71–88.
- Panapanaan, V., Linnanen L., Karvonen M. & Phan, V. (2003). Roadmapping corporate social responsibility in Finnish companies. *Journal of Business Ethics*, 133–148.
- Pfarrer, M., Pollock, T. & Rindova, V. (2010). A tale of two assets: The effects of firm reputation and celebrity on earnings surprises and investors' reactions. *Academy of Management Journal*, 53(5), 1131–1152.
- Rhodes, C. & Brown, A. (2005). Narrative, organizations and research. *International Journal of Management Reviews*, 7(3), 167–188.
- Rindova, V., Petkova, A. & Kotha, S. (2007). Standing out: How new firms in emerging markets build reputation. *Strategic Organization*, 5(1), 31–70.
- Rohweder, L. (2004). *Yritysvastuu - kestävä kehitys organisaatiotasolla*. Porvoo: WSOY.
- Roos, G., Fernström, L., Piponius, L. & Rastas, T. (2006). *Aineeton pääoma. Johdon käsikirja*. Helsinki: Edita Prima.
- Schanz, K-U. (2006). Reputation and reputational risk management. *The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 31(3), 377–381.
- Shamma, H. & Hassan, S. (2009). Customer and non-customer perspectives for examining corporate reputation. *Journal of Product and Brand Management*, 18(5), 326–337.
- Shenton, A. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for Information*, 22, 63–75.
- Siltaoja, M. (2004). Yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ja yrityksen maine suomalaisen lehtitalon esimiesten käsityksissä. *Liiketaloudellinen Aikakauskirja* 3, 294–323.

- Siltaoja, M. (2010). *Discarding the Mirror. The Importance of Intangible Social Resources to Responsibility in Business in a Finnish Context*. Jyväskylä: Yliopistopaino.
- Smaiziene, I. & Jucevicius, R. (2009). Corporate reputation: Multidisciplinary richness and search for a relevant definition. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 2, 91–100.
- Smythe, J., Dorward, C. & Reback, J. (1992). *Corporate Reputation. Managing the New Strategic Asset*. London: Century Business.
- Takala, T. (2000a). Nykyajan yrityskansalaisuus. Teoksessa Takala, T. & Jaatinen, M. *Yrityksen vastuut : nykyajan yrityskansalaisuus , yrityksen vastuut ja viestintä* . Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto.
- Takala, T. (2000b). Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiat v. 2000. Suomalainen yritys globalisoituvassa maailmassa. *The Finnish Journal of Business Economics*. LTA 4/00.
- Tamminen, R. (1993). *Tiedettä tekemään!* Jyväskylä: Atena.
- Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto TT. (2001). *Yrityksen yhteiskuntavastuu. Työvälineitä itsearviointiin ja oman toiminnan kehittämiseen*. Helsinki: Teollisuus ja Työntajat.
- Tiainen, H., Sairinen, R. & Mononen T. (2014). *Talvivaaran kaivoshankkeen konfliktoituminen*. <http://www.edilex.fi/lakikirjasto/14254>. Julkaistu myös teoksessa Ympäristöpolitiikan ja oikeuden vuosikirja 2014.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2002). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453–458.
- Työ- ja elinkeinoministeriö TEM (2013). Suomi kestävän kaivannaisteollisuuden edelläkävijäksi -toimintaohjelma. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, 15/2013. Työ- ja elinkeinoministeriö, Vantaa.
- Työ- ja elinkeinoministeriö TEM (2014). Kaivosteollisuuden toimialaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, 11/2014. Työ- ja elinkeinoministeriö, Helsinki.
- Vehkaperä, M. (2002). ”Sydämen ääni hiipi valtakuntaan” - Yritysetiikka ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu *Talouselämä-lehdessä 1900-luvulla*. Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta ja yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma.

- Vehkaperä, M. (2003). *Yrityksen yhteiskuntavastuu - vastuuta voittojen vuoksi?* Jyväskylän yliopiston taloustieteiden tiedekunnan julkaisuja, N:o 135/03. Jyväskylä 2003.
- Väliaverronen, E. (1998). Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa Kantola, A., Morning, I. & Väliaverronen, E. (toim.) *Media-analyysi: Tekstistä tulkintaan*. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Weiser, J. & Zadek, S. (2000). *Conversations with Disbelievers: Persuading Companies to Address Social Challenges*. New York: Ford Foundation.
- Wiio, J. (2006). *Media uudistuvassa yhteiskunnassa - Median muuttuvat pelisäännöt*. Helsinki: Edita.

Muut lähteet:

- Kuluttajamediatutkimus KMT (2014). Lukijamäärät ja kokonaistavoittavuudet. Viitattu 11.3.2016. http://www.sanomalehdet.fi/files/4619/KMT_2014_lukijamaarat.pdf
- Talvivaara (2007). Annual Report 2007. Viitattu 2.5.2016. http://www.talvivaara.com/files/talvivaara/Annual%20Reports/Talvivaara_Mining_Company_Plc_Annual_Report_2007.pdf
- Talvivaara (2009). Vuosikertomus 2009. Viitattu 2.5.2016. http://www.talvivaara.com/files/talvivaara/Annual%20Reports/Talvivaara_Vuosikertomus_2009.pdf
- Talvivaara (2010). Vuosikertomus 2010. Viitattu 3.5.2016. http://www.talvivaara.com/files/talvivaara/AR%202010%20%2B%20parts/Talvivaara_VSK_2010_FIN.pdf
- Talvivaara (2013). Vuosikertomus 2013. Viitattu 3.5.2016. <http://www.talvivaara.com/files/talvivaara/CG2014/Talvivaara%20VSK%202013.pdf>

LIITTEET

Liite Empiirisen aineiston esittely

VIITE	PVM	OTSIKKO
TE1	26.8.2005	Nikkeliä Kainuun työttömille
TE2	24.8.2006	Tuhat työpaikkaa vaarassa
TE3	21.3.2007	Nikkeli pyöritti Kumpua
TE4	24.8.2007	Kaivosmiljonääri työllistää korpimaan
TE5	17.12.2007	Nikkelikaivos on räjähderyhtiölle kultakaivos
TE6	6.3.2008	Kiinan kasvu kiskoo Talvivaaraa
TE7	14.5.2008	Talvivaara pohtii toista pörssiä ja kaivosta
TE8	12.9.2008	Maa täynnä aarteita
TE9	12.9.2008	Kaivosbuumi pelastaa Suomen korpiseudut
TE10	30.12.2008	Tavarajunia ei voi seisottaa 20 vuotta
TE11	4.3.2009	Talvivaara tulee Helsinkiin
TE12	11.6.2009	Tuhannet suomalaiset sijoittaneet heti Talvivaaraan
TE13	16.6.2009	Pikku myllyt Suomeen, isot maailmalle
TE14	16.6.2009	Lompakko auki omistajat, rahaa palaa
TE15	17.6.2009	Uusi nimi Suomen pörssirikkaiden top teniin
TE16	3.11.2009	Elcoteq on pörssin halvin yhtiö
TE17	9.11.2010	Yhtiöt hamuilevat omistajien taskuille
TE18	20.10.2010	Ahneus niskan päällä
TE19	21.10.2009	Kenen rahat loppuvat ensimmäiseksi?
TE20	16.4.2010	Miljoona euroa on pomon palkka
TE21	6.5.2010	Lastentaudit vaivaavat Talvivaaraa
TE22	17.6.2010	Suomi tarvitsee lisää rikkaita
TE23	24.8.2010	Opportunisti osti lentoyhtiön
TE24	27.9.2010	Uraani halkesi Lehtomäen silmille
TE25	7.10.2010	Pekkarinen haluaa uuden valtionyhtiön
TE26	8.10.2010	Lisää valtionyhtiöitä Suomeen!
TE27	28.10.2010	Rikastunut Talvivaara miettii jo laajennuksia
TE28	2.11.2010	Kaivosvaltaaja Pekkarinen iskee
TE29	4.11.2010	Ruotsi näyttää pörssimallia

TE30	10.11.2010	Kaivos on miljonääritehdas
TE31	12.11.2010	Fiva: Lehtomäen perheellä ei sisäpiiritietoa
TE32	17.12.2010	Onko Talvivaaran vvk-laina uuden trendin alku?
TE33	23.12.2010	Pekka Perä on tehnyt hyvää, entä muut?
TE34	19.1.2011	Kaikki tykkäävät Talvivaarasta
TE35	20.1.2011	Perä: Talvivaara voi tehdä suurinvestoinnin
TE36	21.1.2011	Kaleva: Pekkarinen lupaa tukea Talvivaaran jalostamolle
TE37	4.2.2011	Suomi kutistuu ideariiheksi
TE38	8.2.2011	Talvivaara ja kanadalaisyhtiö sopivat uraanitoimituksista
TE39	17.2.2011	Joukolla rikkaaksi -projekti etenee hyvin
TE40	8.4.2011	Onko Talvivaara taivaanrannan maalari?
TE41	28.4.2011	Talvivaara rikkoo ennätyksiä, mutta ennusteen alennus painaa
TE42	27.5.2011	Sorafirma Sotkamosta Lemminkäiselle
TE43	1.6.2011	Outokumpu myy Talvivaara-pottinsa Solidiumille
TE44	2.6.2011	Suuryritysten investoinnin surkastuivat
TE45	21.6.2011	Nikkelihikka vaivaa Talvivaaraa
TE46	22.7.2011	Suositus sinkautti Talvivaaran nousuun
TE47	11.8.2011	Pörssistä tuli turskaa kaikille suomalaisille
TE48	17.8.2011	Tappiolliseen Talvivaaraan jäi valtava nikkelikasa - ja riski
TE49	22.9.2011	KU: Talvivaara haluaa monikymmenkertaistaa päästönsä
TE50	7.10.2011	Luopuva Pekka Perä: "Tämä on ollut palkitseva kokemus"
TE51	7.10.2011	Perä köyhdytti itseään hetkessä 28 miljoonalla eurolla
TE52	14.10.2011	Taantuma iski nyt selluun ja hienopaperiin, mihin seuraavaksi?
TE53	4.11.2011	Nokia nam, YIT no jaa, Talvivaara blääh
TE54	13.11.2011	Kansa rakastui Talvivaaraan
TE55	15.11.2011	Perä: Talvivaara joutunut poliittisen pelin välikappaleeksi
TE56	17.11.2011	SS: Talvivaara uhkaa viedä investointinsa pois Suomesta
TE57	17.11.2011	Pekka Perä käy turhan kuumana
TE58	1.12.2011	Talvivaarasta tuli arpalappu
TE59	4.12.2011	Veikkaaja toivoo Nokian nousua
TE60	5.12.2011	Jopas nyt jotakin: Kainuussa uhkaa jo työvoimapula
TE61	11.12.2011	Talvivaara-selvitys: kaivosten lupavalvontaa tiukennettava
TE62	12.12.2011	Arevan uraanitappioiden taustalla Talvivaarasta tuttuja ongelmia
TE63	22.12.2011	Nämä olivat vuoden 2011 isoimmat talousuutiset
TE64	4.1.2012	KS: Talvivaara myöntää virheen - "kukaan ei hoksannut"
TE65	4.1.2012	MT: Talvivaaran myrkkyuutinen saattoi ollakin ankka

TE66	11.1.2012	Laumassa tappiot tiivistyvät
TE67	18.1.2012	Blogi, tupailtoja... Talvivaara yrittää parantaa tapansa
TE68	11.2.2012	Kaivos-Suomi, Kongo ja Venäjä
TE69	14.2.2012	Yle: Uraanin talteenotolle vihreää valoa Harjavallassa
TE70	16.2.2012	Pekka Perä siirtää "todella nautinnollisen toimitusjohtajuuden" Harri Natuselle
TE71	16.2.2012	Talvivaara jätti odotukset häpeään
TE72	22.2.2012	Pekka Perä pyyhkii piensijoittajilla pöytää
TE73	1.3.2012	Talvivaara ministerinokittelun keskiöön - ympäristöministeri äänesti uraanilupaa vastaan
TE74	12.3.2012	Mielenosoitus tahdittaa Talvivaaran yhtiökokousta
TE75	18.3.2012	Talvivaara KS:ssä: "Kun rikkivety haisee, on turvallista"
TE76	27.3.2012	Sama mies joka teki Talvivaaran ympäristötutkimuksen myös omisti yhtiötä - ja se on ok
TE77	2.4.2012	Yle: Talvivaaran metallitehdas pysyy suljettuna
TE78	17.4.2012	Tunnelmaosakkeet heiluvat herkästi
TE79	19.4.2012	Talvivaara varoittaa: tulos painui tappiolle
TE80	27.4.2012	"Olemme tehneet virheitä, minä olen tehnyt virheitä"
TE81	29.4.2012	Talvivaara KS:ssä: Harkitsemme linnunpelättimien käyttöä
TE82	7.5.2012	Talvivaara-pomo: Vain muutama lampi, ei muuta korvaamatonta vahinkoa ympäristölle
TE83	10.5.2012	Hopeakaivos tähtää Helsingin pörssiin
TE84	16.5.2012	Perä: Vaikka Talvivaaran päästöt poistuisivat, 99 % jää jäljelle
TE85	16.5.2012	Kaleva: Yllättävä tieto Talvivaaran lähivesien syvänteistä
TE86	28.5.2012	Maineriski nakertaa Talvivaaraa
TE87	2.6.2012	Kaivospomo: Käsittelyajat tuhoavat Suomen kaivosteollisuuden
TE88	6.6.2012	Pörssiin mahtuu rahareikiä
TE89	7.6.2012	Kaivosala teki ennätysvoitot - osakkeiden arvot romahtivat
TE90	11.6.2012	Historiallinen muutos: jättisijoittajat alkavat vähentää Suomi-osakesalkkujaan
TE91	20.6.2012	AP: Miljonäärien kastijako revähti - Antti Herlin rikastui, mutta ketkä köyhtyivät?
TE92	21.6.2012	Kaikki tai ei mitään
TE93	2.7.2012	Tässä Helsingin pörssin osakkeet, joita huonohermoisen kannattaa välttää
TE94	3.7.2012	Pekka Perä köyhtyi päivässä 18 miljoonaa, vuodessa 180 miljoonaa euroa
TE95	4.7.2012	"Karta Talvivaaraa"
TE96	28.8.2012	Perusmetallilla on perusongelmat
TE97	29.8.2012	Kuparin louhinta tuotti kultaakin paremmin
TE98	3.9.2012	Talvivaara: Väitteet kassamme kuivumisesta ja irtisanomisista eivät pidä paikkaansa
TE99	10.10.2012	SS: Talvivaaran nikkeli-kaivoksen päästöt eivät oikeasti ole vähentyneet
TE100	5.11.2012	Talvivaaran vuoto kasvaa - HS: "Ehtinyt vuotaa jo joidenkin tuntien ajan"
TE101	5.11.2012	Talvivaara: Vuotoa yritettiin jo tukkia - "ei onnistunut"

TE102	5.11.2012	Karu arvio Talvivaaran vuodosta - KS: "Se pettää kohta joka paikasta"
TE103	6.11.2012	Yle: Talvivaaran vuotovauhti kaksi maitorekallista minuutissa
TE104	6.11.2012	Talvivaara: Sukellusrobotti saapunut paikalle, vuotokohta yhä kateissa
TE105	6.11.2012	Talvivaaran toimitusjohtaja Ylelle: "On tehty kaikkien sääntöjen mukaan"
TE106	6.11.2012	Talvivaara julkisti uusia kuvia kipsisakka-altaalta
TE107	7.11.2012	Talvivaara ylittänyt sallitut nikkelipäästöt pian kymmenkertaisesti - "raskasmetallitulva"
TE108	7.11.2011	Ihmiset ovat alkaneet antaa Talvivaaralle avulialta vinkkejä vuotokohdan löytämiseksi
TE109	7.11.2012	Nyt Talvivaarasta kantautui huonoja uraniuutisia
TE110	7.11.2012	Talvivaara: Riskit ovat paremmin hallinnassa, kun tuotanto on taas käynnissä
TE111	8.11.2012	Kansliapäälliköltä Ylellä yllättävä paljastus Talvivaaran luvista
TE112	8.11.2012	Myös Talvivaaran tulos vuotaa myrkkyä: tappiota 27 miljoonaa
TE113	8.11.2012	Talvivaaran toimitusjohtaja: "Toivotan heille jaksamista"
TE114	8.11.2012	HS: Toimittajia ei päästetä Talvivaaran vuotoalueelle - "ei tarpeeksi autoja"
TE115	8.11.2012	Suomen Luonto: Talvivaaran varoaltaissa ei pohjarakenteita lainkaan
TE116	8.11.2012	Suomen Luonto: Talvivaaran onnettomuus jo maailmanluokkaa
TE117	9.11.2012	Kainuun ely-keskuksen pomo on lainassa kaivostoimintaa edistävästä GTK:sta
TE118	9.11.2012	Talvivaarasta tuli valtion sijoitusyhtiölle monta kertaa käteen putoava puukko
TE119	10.11.2012	Mikä siinä on, että Talvivaaralla lirahtelee?
TE120	12.11.2012	Suomen Luonto: Helikopteri levitti "syövyttävää" kalkkia kaivosalueen ulkopuolelle
TE121	12.11.2012	Stuk-pomo MTV3:lle: Talvivaaran uraanivettä voi päätyä juomaveteen
TE122	12.11.2012	Poliisi alkoi tutkia Talvivaaraa - kolme eri "epäilyä"
TE123	12.11.2012	THL: Talvivaara voi aiheuttaa myös unettomuutta
TE124	13.11.2012	Piensijoittajat kahmivat vuotavaa Talvivaaraa
TE125	13.11.2012	30 miljoonaa euroa viikossa: Näin Pekka Perän omaisuus sulaa
TE126	14.11.2012	Talvivaara: Kipsisakka-altaan vuoto on tyrehtynyt
TE127	14.11.2012	Eero Lehti vaatii: Valtio, osta lisää Talvivaaraa
TE128	14.11.2012	Vuotaako se Talvivaara vielä - ja mihin suuntaan?
TE129	15.11.2012	Myllerrys Talvivaarassa: Pekka Perä nousi takaisin toimitusjohtajaksi
TE130	15.11.2012	Pekka Perän alkuperäinen missio: "Me näytetään muille, että me osataan tehdä tämä"
TE131	15.11.2012	Pekka Perä: "Olemme ottaneet ympäristöasiat erittäin pieteetillä"
TE132	15.11.2012	Pekka Perä: Olemme tehneet "valtavasti virheitä"
TE133	16.11.2012	Talvivaara petti Lehtomäen miehen
TE134	16.11.2012	"Traaginen tapaus" - Työntekijä kuoli, mutta Talvivaara ei korjannut toimintaansa
TE135	18.11.2012	Talvivaara on surkea poikkeus
TE136	21.11.2012	Talvivaara sai käynnistyslupan
TE137	21.11.2012	Talvivaara: Tehtaan käynnistys "saattaa aiheuttaa hajuja"

TE138	25.11.2012	Ympäristöministeriön Hannele Pokka: "Talvivaaraa on huomautettu 90 kertaa"
TE139	28.11.2012	Talvivaara käynnistää kaivoksensa vasta kesällä
TE140	28.11.2012	Talvivaaran haitalliset aineet ovat siirtyneet nyt tänne
TE141	30.11.2012	Pekka Perä palaa rikospaikalle
TE142	30.11.2012	Talvivaaran uraanibisnes on nappikauppaa
TE143	5.12.2012	Helsingin pörssissä 36 %:n suonenisku - "käsittämätöntä"
TE144	11.12.2012	Kipsisakka-altaita tulee Talvivaaraan lisää
TE145	15.12.2012	Bioliuotus herättää henkiin kaivosvainajat
TE146	15.1.2013	Seligson tutkaili Talvivaaraa
TE147	16.1.2013	Talvivaara aloittaa yt-neuvottelut, tiedossa 230 hengen lomautukset
TE148	17.1.2013	Tutkija SS:ssä: Siirtääkö Talvivaara vain ongelmia paikasta toiseen?
TE149	28.1.2013	Talvivaaralla on ongelmien kevät
TE150	31.1.2013	Talvivaara lomauttaa 184
TE151	12.2.2013	Suomalaisten verorahat palavat kaivoshankkeissa - ulkomaalaiset kaivosfirmat porskuttavat
TE152	14.2.2013	Talvivaara hakee sijoittajilta 260 miljoonaa euroa
TE153	14.2.2013	Ankarat ehdot: jos anti epäonnistuu, Talvivaaran lainat erääntyvät ja yhtiö menee nurin
TE154	14.2.2013	Aika paha: liiketappiota maagiset 222 % liikevaihdosta
TE155	14.2.2013	Valtiohan ei pönkitä sijoituksilla tappiollisia yrityksiä, paitsi...
TE156	22.2.2013	Iso kysymys: Onko Talvivaaran sisäpiiri valmis sijoittamaan satojatuhansia euroja lisää?
TE157	23.2.2013	Raskas, rakas ankkuri
TE158	8.3.2013	Analyytikko: Loppuvuosi on kriittinen Talvivaaralle
TE159	8.3.2013	Vaara houkuttaa piensijoittajaa
TE160	19.3.2013	Talvivaara-lotto käynnistyi - Mitähän tekisi?
TE161	8.4.2013	Talvivaara uudesta vuodosta: "Vuotovesiä ei pääsy käsittelemättöminä kaivosalueen ulkopuolelle"
TE162	12.4.2013	Talvivaaran talousjohtaja Talouselämälle: "Oli tämä yllätys"
TE163	13.4.2013	Selviääkö Talvivaara kevään tulvavesistä?
TE164	18.4.2013	Sinä, Talvivaara-uhkapeluri
TE165	19.4.2013	Hallinto-oikeus hylkäsi Talvivaaran muutosvaatimuksen
TE166	26.4.2013	Vihreitä mielikuvia vai uusia innovaatioita?
TE167	3.5.2013	Pietikäinen Talvivaarasta: "On syytä valmistautua yrityksen toiminnan hallittuun alasajoon"
TE168	21.5.2013	Tosi kivaa, sanoi Lauri
TE169	29.5.2013	Talvivaaran rikkihappovuoto on hallinnassa
TE170	31.5.2013	Talvivaara sai määräajan: Viisi kuukautta aikaa
TE171	19.6.2013	Talvivaara koetteli uskoa yritysvastuuseen - ei silti murentunut
TE172	25.6.2013	Talvivaaran vuodon pitkät jäljet - Selvitys: vedenlaatu heikentynyt jälleen
TE173	2.7.2013	Talvivaara aloittaa yt-neuvottelut: 250 työpaikkaa vaarassa

TE174	19.7.2013	Talvivaaran ikirouta ei sula edes kesällä
TE175	36.7.2013	Meidän kaikkien rahaa tuhoutuu Talvivaarassa lähes neljännesmiljoona päivässä
TE176	15.8.2013	Talvivaara teki rujon tappion, ei ennusta tulevaa
TE177	15.8.2013	Kas kummaa: nyt sateet vähentävät Talvivaaran vesiongelmaa
TE178	15.8.2013	Talvivaaran omistajaksi tyhjällä olutpullolla, mutta tämän takia pullo taitaa olla parempi valinta
TE179	26.8.2013	Tänä syksynä Talvivaara kuivuu
TE180	31.8.2013	Risto Murto: Talvivaara pilasi pörssin
TE181	18.9.2013	Kone on huippu, Talvivaara mutasarjaa
TE182	24.9.2013	Talvivaara: Äänitykkimme ovat valmiita lintujen tuloa varten
TE183	10.10.2013	Solidium miettii aikanaan, osallistuako Talvivaaran antiin
TE184	18.10.2013	Solidiumin Kari Järvinen: "Emme ole antaneet avointa sekkiä"
TE185	18.10.2013	Johtaja, onko nahkasi tarpeeksi paksu?
TE186	21.10.2013	Tämä on Talvivaaran vakuus konkurssin varalta
TE187	4.11.2013	Professori tietää konstin, jolla Talvivaaran voisi vielä pelastaa
TE188	4.11.2013	Luottamus nousee kohisten: Talvivaara jo + 80%
TE189	5.11.2013	Talvivaaran kysely: Kainuulaiset lämpenevät kaivokselle
TE190	7.11.2013	Talvivaara: Takeita lisärahoituksesta ei voida antaa - konkurssin mahdollisuus esiin
TE191	7.11.2013	Vapaavuori: Talvivaaran tilanne erittäin vakava - varmuutta ratkaisusta ei ole
TE192	7.11.2013	Talvivaara romahti - Näin kävi hiki hatussa osaketta ostaneille piensijoittajille
TE193	8.11.2013	Laskelma Talvivaaran hyödyistä ja haitoista - HS: Hyödyt 1,5 miljardia haittoja suuremmat
TE194	8.11.2013	Antoiko Talvivaara näkymistään liian ruusuisen kuvan?
TE195	9.11.2013	Luonto-Liitto Ylellä: "Talvivaara pitäisi ajaa alas mahdollisimman pian"
TE196	12.11.2013	Asiantuntijaryhmä: Talvivaaran alasajo hallitusti on mahdollista - näin se kävisi
TE197	15.11.2013	Talvivaara hakee yrityssaneerausta - "konkurssilla olisi huomattava arvoa tuhoava vaikutus"
TE198	15.11.2013	Talvivaara aloittaa yt-neuvottelut
TE199	15.11.2013	Vapaavuori: Talvivaaran tilanne "varsin kriittinen"
TE200	15.11.2013	"Olisi järjetöntä jättää Talvivaaran malmivarat hyödyntämättä"
TE201	15.11.2013	Pekka Perä: "Talvivaara-operaatio ei ole ikinä ollut niin hyvässä kunnossa kuin nyt"
TE202	15.11.2013	Kaivannaisteollisuus: Talvivaaran yrityssaneeraus on uusi alkua
TE203	15.11.2013	Metalliliitto vaatii valtiota rahoittamaan Talvivaaraa - "bioliuotusmenetelmä täysin toimiva"
TE204	15.11.2013	Soininvaara Talvivaarasta: "Yhtiön antama tieto ei pidä paikkaansa"